

M A G A Z I N E GÉNÉRATION COACHING

Le magazine d'inspiration pour les coachs francophones

**Coachs : quand vos
gestes influencent
votre crédibilité**

par Annabelle Boyer

**La posture
co-créative :
Entrevue de
Jean-Francois
Cousin, MCC**

avec Sêssi Hounkanrin



**Voyages et
rencontres
interculturelles**

par Hélène Guillou

**Sommet
Francophone du
Coaching 2022**

EDITORIAL

Cher lecteur,

Je suis ravie de vous accueillir dans le cadre de notre deuxième numéro de Génération Coaching Magazine.

Déjà un an que nous avons publié notre première édition spéciale dans le cadre du Sommet Francophone du Coaching 2021.

Au travers de ce nouveau numéro, nous vous invitons à un véritable voyage au cœur de la co-crédation... Vous y découvrirez des auteurs aux styles, aux plumes, aux horizons et aux univers différents...

Génération Coaching Magazine est une œuvre collective, le fruit d'un engagement envers la communauté des coachs francophones, de nombreuses heures de travail, de palpitations intenses et d'émotions de toutes sortes !

C'est également une invitation à la découverte, à la rencontre, à l'exploration, au partage de réflexions, d'inspirations, de sensibilités.

Enfin, je dois vous avouer qu'il n'y a rien de plus exaltant que de voir une œuvre prendre vie et forme à partir du néant.

Puisse le contenu de ce magazine vous permettre d'élargir vos perspectives, d'ouvrir vos champs des possibles et surtout de regarder le monde avec de nouveaux yeux pour co-crédier un avenir meilleur.

Co-crédier, un mot extraordinaire
Qui incite au rassemblement
Des cœurs, des esprits, des intelligences.
Co-crédier c'est s'engager dans une aventure extraordinaire
Pleine de surprises, d'inattendus.
C'est bâtir une œuvre commune
Qui nous dépasse en tous points.

Bonne lecture ou plutôt bon voyage !



Sèssi Hounkanrin, MSc, M.A, PCC
Fondatrice de Génération Coaching
Coach-mentor internationale
Accompagnement de coachs et leaders

Comité éditorial

Caroline Desquest
Sèssi Hounkanrin
Monrênikê Hounkanrin
Nathalie Sauvé

Coordination éditoriale

Sèssi Hounkanrin

Page de couverture

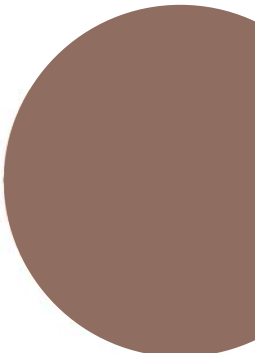
Dave Bernard

Conception visuelle

Grégory Borelli
Sèssi Hounkanrin

SOMMAIRE

Editorial par <i>Sèssi Hounkanrin</i>	2
Perle d'inspiration par <i>Sophie Guarèse</i>	5
Découvrir de nouvelles perspectives	
- Coachs : quand vos gestes influencent votre crédibilité par <i>Annabelle Boyer</i>	8
- La communication authentique pour voir le nouveau monde par <i>Julien Treu-Muller</i>	14
Co-crée l'avenir	
- Co-crée avec soi même... par <i>Nathalie Sauvé</i>	20
- La posture co-créative : Entrevue de Jean-François Cousin par <i>Sèssi Hounkanrin</i>	26
- Et si vous adoptiez la co-élévation ? par <i>Alain Schultz</i>	32
ÉVÉNEMENT : Le Sommet Francophone du Coaching 2022	35
Ouvrir ses horizons	
- Leadership aux couleurs de l'interculturel par <i>Jihane Labib</i>	36
- Voyages et rencontres interculturelles par <i>Hélène Guillou</i>	41
- Opportunités et défis du marché du coaching en Afrique francophone par <i>Sadjo Tounkara</i>	45
Explorer les possibles	
- 5 conseils que j'aurais aimé recevoir avant de devenir coach entrepreneur par <i>Joëlle Manlius</i>	51
- 17 questions stratégiques pour développer sa clientèle en coaching par Cheick Sissoko et <i>Sèssi Hounkanrin</i>	56



Parole de coach

“

Votre authenticité, c'est le plus beau cadeau que vous pouvez offrir au monde.

Yannick Alain



sommet**francophone**ducoaching.com





Perle d'inspiration

Il était une fois le monde qui changeait et qui tendait de plus en plus vers une dimension essentielle à la création du monde de demain : la co-création.

Cette dimension habitée par la valeur transmise dans la phrase de la sagesse africaine Ubuntu : « Je suis parce que nous sommes », qui s'est faite connaître au travers du travail de Desmond Tutu et de Nelson Mandela, est la réponse du futur car elle implique le Don de Soi.

La clé du futur pourrait donc se trouver dans une simple phrase.

Le Don de Soi est le fil conducteur d'un monde rempli de sens et s'il est contagieux, il a la puissance de faire éclore le monde qui se fera l'écho de notre véritable identité.

Est-il possible qu'en tendant son cœur à l'autre, cela engendre un sens bien plus grand, plus noble ?

Le secret de notre croissance, évolution réside-t-il dans ce Don de Soi ?

Voilà donc le trésor recherché, celui qui nous permet d'entrer dans cette dimension pour construire un monde solide.

Lorsqu'un fragment de soi est offert, il complète celui qui le reçoit. C'est ainsi que chacun s'enrichit. Cela prouve bien que nous avons besoin les uns des autres.

Le Petit Prince faisait donc partie du monde de demain en disant que : « l'essentiel est invisible pour les yeux, on ne voit bien qu'avec le cœur. » (Saint Exupéry) car il n'y a pas de don de soi si le cœur n'y est pas.

Le Don de Soi est essentiel pour nourrir les 5 valeurs phares du Sommet Francophone du Coaching qui sont : l'apprentissage collectif, la contribution, l'audace, la créativité et la réussite collective. Cette volonté d'apporter aux autres cette lumière dont ils ont besoin afin d'avancer en confiance sur leur chemin et de faire partie de la co-crédation du monde futur.

Je vous invite à trouver votre clé du futur et à ouvrir en grand la porte qui lui correspond afin de découvrir les trésors qui se trouvent derrière et qui n'attendent que vous.

Mais au fait, quelle serait la clé du futur pour vous ?

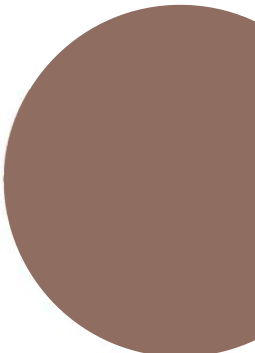
Et si le cœur vous en dit, partagez les réponses qui viennent à vous...



Sophie Guarèse

*Coach en développement personnel
Confiance en soi et Estime de soi
Praticienne PNL*





Parole de coach

“

Nos talents sont une source instinctive et intuitive de sagesse et de puissance.

Lyne Leclerc



sommet**francophone**ducoaching.com





Quand vos gestes influencent votre crédibilité !

En tant que coach, l'assurance que vous dégagez représente une clé professionnelle majeure. Votre non verbal traduit votre état réel. Savez-vous ce que vous dégagez réellement ?

Ce qu'il faut savoir

Mimiques, gestes, postures, axes de tête, démangeaisons, tant d'indices qui permettent de mieux comprendre le fonctionnement de l'esprit. L'analyse de cette communication non verbale porte un nom : la synergologie, une discipline enseignée en Europe, au Japon, au Maroc ainsi qu'au Québec et qui cherche à mieux comprendre l'esprit à travers le langage du corps.

Les émotions et les états corporels qui les accompagnent sont universels. Par exemple, la colère pure provoque une augmentation du rythme cardiaque et du rythme respiratoire, une rétractation des pupilles, une augmentation de la température corporelle au niveau du torse, de la tête et des poings. Que vous veniez du Sénégal, de la Chine, du Brésil ou du Québec, les mêmes réactions physiologiques seront observables en présence d'une émotion pure.

Ce qui n'est pas universel, par contre, ce sont nos réactions psychologiques face aux différentes situations. En effet, il y a une foule de mécanismes de défense et de patterns de comportement. Il ne s'agit pas alors de synergologie, mais bien de psychologie. Il importe de ne pas les confondre. Bien souvent, nous ressentons des émotions entremêlées ce qui complexifie les messages non verbaux que nous envoyons de même que leur compréhension. L'objectif d'une meilleure lecture du non verbal est de mieux saisir l'état réel de l'individu. Il s'agit donc d'établir une communication plus authentique.

N'allez pas croire que vous pouvez contrôler votre corps entièrement, ce ne serait qu'une illusion. Quand le cerveau gère des pulsions, des souvenirs, des réactions, des pensées, des réflexes, des envies, il déclenche la production de certaines hormones. Il modifie le rythme cardiaque et la respiration. Il fait rougir ou blanchir la peau. Il provoque une déglutition prononcée, des démangeaisons, des spasmes musculaires. Votre corps réagit même s'il n'y a pas, au sens propre, une réflexion consciente.

Plusieurs études ont démontré que, lorsque notre cerveau prend une décision, il met 4 à 10 secondes avant d'amener celle-ci au niveau de la conscience. Une grande partie du travail cérébral s'opère de façon inconsciente. Et, durant ce délai, notre corps, lui, a donné de nombreux indices à un observateur aguerri, des indices dont nous ne réalisons même pas l'existence. Des neurobiologistes ont démontré, images IRM à l'appui, « que nos pensées peuvent être censurées ou détournées à notre insu même » par notre inconscient. Ainsi, notre cerveau détermine ce qu'il rend conscient et ce qu'il conserve dans ses méandres. Ajoutons que plusieurs de vos muscles réagissent de façon involontaire, c'est-à-dire que vous ne pouvez les mouvoir selon votre volonté. Il faut ressentir l'émotion réelle pour provoquer la contraction. Et vous ne pouvez pas les empêcher de se contracter non plus.

Observation

L'observation du non verbal peut sembler facile, mais en situation réelle, il en est tout autrement parce que l'œil n'est pas habitué à discerner les items et les gens ne savent pas quoi regarder. Débutons donc avec des éléments de base : les axes de tête et la position sur la chaise. Au cours des prochaines semaines, notez votre position assise lors des réunions ainsi que celle de vos collègues. Votre corps était-il penché vers l'avant, vers le côté ou vers l'arrière? Vos jambes sont-elles croisées et, si oui, vers votre interlocuteur de gauche, de droite ou vers la porte? Comment sont placées vos mains : appuyées sur les bras du fauteuil, les doigts entrelacés, les poings fermés?

Observez seulement, sans chercher d'interprétation. Il n'y a pas suffisamment d'éléments pour que votre analyse soit fiable. L'objectif est simplement de vous faire prendre conscience de la posture de votre corps et à quel moment vous changez de position. C'est ça qui est intéressant.

Mais revenons à nos moutons : en tant que coach, qu'est-ce que vous livrez comme impression?

BONNE ET MAUVAISE IMPRESSION

Je donnais une conférence dans un grand bureau d'avocats. En pénétrant dans la salle, l'un des participants a remonté son pantalon, a tiré énergiquement sur les pans de son veston et a repositionné sa cravate. Je savais dès lors à qui j'avais affaire : la nouvelle recrue du groupe ! Son corps dévoilait son souhait de prendre sa place, de s'exprimer clairement et de faire bonne impression.

L'un de ses confrères, en retard, est entré avec la main droite dans une poche. Il secouait bruyamment les pièces de monnaie qui s'y trouvaient. Sa main gauche était agrippée à sa ceinture et remontait le devant de son pantalon par à-coups, avec insistance. Qu'est-ce que cela signifie? Qu'il marque son territoire et veut démontrer aux autres qu'il est le dominant du groupe. L'assistance féminine a très mal réagi à ce non-verbal démonstratif. Et l'un des associés du bureau n'a pas apprécié le comportement observé.

GESTES DE PRÉHENSION

Dès que vous prenez un crayon, une tasse de café ou une tablette de papier, que vous vous appuyez au rebord du comptoir, aux bras du fauteuil ou au dossier du siège, que vous tirez, refermez, remontez ou secouez vos vêtements, vous effectuez un geste de préhension significatif et révélateur de votre niveau de confiance.

GESTES DE GESTION DU STRESS

Les gestes d'ancrage permettent de gérer le stress ou de se rassurer. Ils consistent à tenir un objet (ex. : un crayon ou une tasse) ou à s'appuyer dessus (un dossier de chaise, un cadrage de porte) et à maintenir cette pose. Quand vous serrez fermement un objet, cela est synonyme de fortes tensions intérieures.

GESTES D'AUTORITÉ

Le repositionnement des pans du veston, la remontée du pantalon, le remplacement des manches permettent d'établir son autorité. La personne sûre d'elle-même tire le veston. La personne qui doute le referme. Parallèlement, quand on cogne un objet sur la table avec force (pile de documents, plume jetée sur la table), on indique une prise de position. Si le geste est fait avec mollesse et répétition, il indique de l'impatience. Pensez au clic du crayon.

GESTES DE RÉFLEXION

Il est possible de gratter un objet ou un vêtement. Cela témoigne d'un décalage entre ce que l'on ressent et ce que l'on dit et d'un désir d'en savoir plus, de comprendre davantage. Par ailleurs, le fait de faire tourner un crayon entre les doigts indique que la logique de réflexion est en marche. Lorsque l'on porte un objet à notre bouche (crayon ou pointe des lunettes), cela témoigne d'un certain bien-être, d'un retour sur soi. On vient alors démontrer que l'on apprécie ou que l'on est fier du texte que l'on a écrit, de notre savoir, de notre connaissance ou de la personne à qui on écrit. Inversement, quand on repousse un objet, il s'agit d'un signe de rejet du propos, de la situation, de l'idée qui est proposée.



Conclusion

Vos gestes ne font que révéler votre état. Ils sont un atout à utiliser pour mieux vous comprendre et identifier plus rapidement vos zones d'inconfort. Notez bien ceci : le corps ne trahit pas vos pensées. Il les traduit. Il communique. Il est authentique, tout simplement. Le défi est souvent d'être honnête envers soi et d'apprendre la communication non-violente pour s'affirmer tout en accueillant ses émotions au lieu de culpabiliser les autres pour notre propre état !

Dans les prochaines semaines, plutôt que de porter votre attention sur le langage corporel de vos différents interlocuteurs, observez le vôtre. C'est en se connaissant mieux soi-même que l'on peut mieux comprendre autrui.



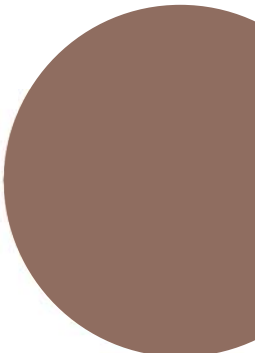
Annabelle Boyer, CRHA

Mastercoach en neurosciences

Spécialiste de la synergologie et de la lecture du langage corporel

Directrice de ABC Solution Développement organisationnel





Parole de coach

“

Qu'est-ce qui a besoin d'être apaisé en moi en tant que coach ?

Ghislain Lévesque



sommet**francophone**ducoaching.com



The background of the page is a soft-focus photograph of dandelion seeds floating in the air. The seeds are white and delicate, with long, thin stems. The background is a mix of light blue and white, with a diagonal split between the two colors. The text is centered in a white box.

La communication authentique pour voir le nouveau monde : une épopée de la voie du cœur à la voix de l'Être

Nous autres, professionnels de l'accompagnement, connaissons une multitude de techniques et d'approches variées pour permettre aux individus et structures que nous accompagnons de retrouver tous les trésors qui se cachent en eux. Bien que nous ne sommes pas des thérapeutes, nous savons pourtant que le coaching professionnel a des vertus thérapeutiques indéniables.

Dans cet article, je vous propose d'ouvrir les yeux sur toutes les facettes de vous-même pour aller découvrir les vertus de la communication authentique avec Soi, au bénéfice des échanges entre enfants, femmes et hommes du monde entier. Une communication universelle qui ouvre au monde.

Les émotions : la voie du cœur

L'émotion est cette partie de nous, tant ignorée et réprimée depuis des siècles, qui retrouve aujourd'hui peu à peu sa place dans les systèmes. Elle a, à nouveau, le droit d'être entendue et exprimée. Cette mise en mouvement de Soi qui passe par le corps est tel un courant électrique venant allumer ça et là des souvenirs liés au passé. Le coach professionnel est orienté solution et vers l'avenir mais comment peut-il seulement accompagner un système à parler de lui de façon vraie et juste s'il ne sait pas prendre la voie du cœur? La seule motivation construite rationnellement à l'aide d'un plan détaillé d'accompagnement ne suffit pas. Yann Thibaud, peintre, écrivain, psychopraticien & formateur en écologie intérieure depuis plusieurs décennies souligne à ce propos que « les qualités humaines ne se développent pas par la volonté. Elles sont le résultat de la construction intérieure et de la guérison progressive du cœur, de l'inconscient¹. » Emprunter cette voie, intuitive et instinctive, avec le système accompagné lui permettra d'obtenir des résultats puissants et irréversibles tout en nous permettant d'affiner notre positionnement au fil des rendez-vous.

¹. Bellier, J-G. (Date inconnue) Communiquer harmonieusement [en ligne]. Disponible sur <https://www.latelierdebellier.com/> [Consulté le 26 février 2022].



Le langage des oiseaux : la voix de l'Être

Alejandro Jodorowsky, psycho-magicien, scénariste de bande dessinée, réalisateur, acteur, mime, romancier, essayiste et poète nous confie que « c'est lorsque l'on parvient à transformer le regard en une bénédiction constante que l'on atteint le regard magique. ». De la même façon, c'est en changeant notre façon d'écouter le système que nous commençons à vraiment entrevoir ce que nous raconte notre Être profond lors d'une séance d'accompagnement. Faire évoluer sa manière d'écouter, c'est déjà donner de nouvelles possibilités à un système d'être entendu. Le langage des oiseaux est le langage de celles et ceux qui savent écouter le haut d'un système. Cette partie de lui qui exprime, raconte avec un temps d'avance et sans filtre, ce qu'il souhaite réellement pour se mettre à jour et enfin vivre en laissant derrière lui les masques fabriqués et portés pour arriver jusqu'ici. Le comprendre pour le retraduire sous forme de questionnement, permet au système de se rencontrer autrement, naturellement et de renouer avec ses voix intérieures. Écouter d'une nouvelle manière les mots et les maux de la personne fait raisonner différemment les informations dans le corps : cela leur donne un nouveau sens. C'est cela qui est recherché dans cette nouvelle communication : l'authenticité d'un mot et, à travers lui, de l'Être.



La transmutation émotionnelle : voir le nouveau monde

L'étonnante intonation que prend le corps à travers l'expression de ses émotions, lorsqu'elles sont entendues de cette façon, apporte des orientations insoupçonnées dans un accompagnement. Parti seulement de quelques maux qui ont pu se dire et s'entendre d'une nouvelle façon, le système se sent enfin entendu dans ce qu'il est au plus profond de lui-même. La personnalité construite depuis l'enfance révèle seulement le moment d'un système. Cependant, en étant attentif au verbe et en le questionnant, il s'opère de façon naturelle et spontanée une transmutation, donnant la place à plus de justesse. C'est la conséquence d'un processus appelé « alchimie émotionnelle ». Jean-Guillaume Bellier, enseignant agrégée en Histoire-Géographie, psychopraticien, animateur & formateur en écologie intérieure nous apprend que « le processus naturel d'alchimie émotionnelle, [...] consiste à transformer les émotions perturbatrices (peur, colère et tristesse) en sagesse, énergie de vie et joie [pour] se connecter à son être intérieur et à sa sagesse intuitive, [...] découvrir et [...] se libérer des mécanismes de transfert et de projection des émotions² [...] ». Ce mécanisme dont nous sommes toutes et tous dotés permet d'enlever des lunettes qui, jusqu'alors, coloraient notre façon de voir le monde sur la base de pigments trouvés et expérimentés dans notre passé. Voilà qui nous permet d'y voir plus clair, non ?

2. Bellier, J-G. (Date inconnue) Communiquer harmonieusement [en ligne]. Disponible sur <https://www.latelierdebellier.com/> [Consulté le 26 février 2022].

La communication authentique : ouvrir le champ des possibles

Découvrir la voie du cœur et écouter le fabuleux concert qu'est capable de nous offrir la voix de chaque corps à travers la transmutation émotionnelle est un ancestral et puissant levier de transformation pour accéder à une communication authentique. Celle-ci même qui existe, en tout premier lieu, à travers la compréhension de Soi et qui permet de s'octroyer la possibilité de comprendre l'Autre dans ce qu'il dit, fait et, surtout, ce qu'il est. Il s'agit là d'une utopie très concrète qui nous donne la chance de construire un monde plus juste. Ce fameux « nouveau monde » dans lequel la compassion entre les Êtres vivants leur permettra de souffler un chant à l'unisson. D'une douce musique collective encourageant l'expression créative de chacun des Êtres, s'ouvrira alors un champ des possibles immense. Un endroit magique et vertueux où tout le monde aura le droit d'être le champion de sa propre vie en coopérant avec autrui après avoir traversé une épopée dont seul chacun.e sera le héros et qui aura permis de retrouver ses propres ressources.

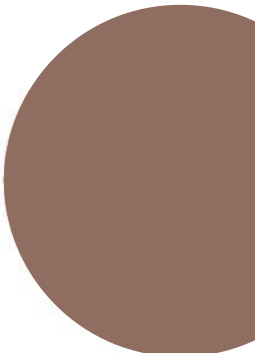
Offrir un terrain à chaque système pour lui permettre d'être en lien avec sa puissance et sa souveraineté en renouant avec la source de son identité, n'est-ce pas l'enjeu de chaque Coach Professionnel ?



Julien Treu-Muller

Designer social & Coach professionnel

Accompagnateur HPI, des périodes de transition, des Émotions & de la voix, de l'Identité et des Comportements



Parole de coach

“

Un coach qui atteint l'excellence dans l'art de servir le plus beau et le plus grand chez ses clients, est celui qui ose repousser ses propres limites en transformant lui-même ses blocages/obstacles en pouvoir d'action et de création.



Martine Beaulieu, MCC

sommet**francophone**ducoaching.com



CO-CRÉER AVEC SOI-MÊME ...

C'EST S'ARRÊTER AFIN DE DÉCOUVRIR CETTE PARTIE DE
SOI QUE L'ON A CACHÉ DANS LES OUBLIETTES.

CO-CRÉER AVEC SOI-MÊME

La zone de confort : Tout ce que vous Savez déjà que vous Savez.

Vous entendez souvent cette expression « Sortir de votre zone de confort », cet espace où vous sentez avoir vraiment le contrôle. C'est la zone dans laquelle vous évoluez dans l'environnement que vous maîtrisez. Dans cette zone, les choses vous sont familières et confortables, qu'elles soient agréables ou non.

Mais comment faire pour en sortir ?

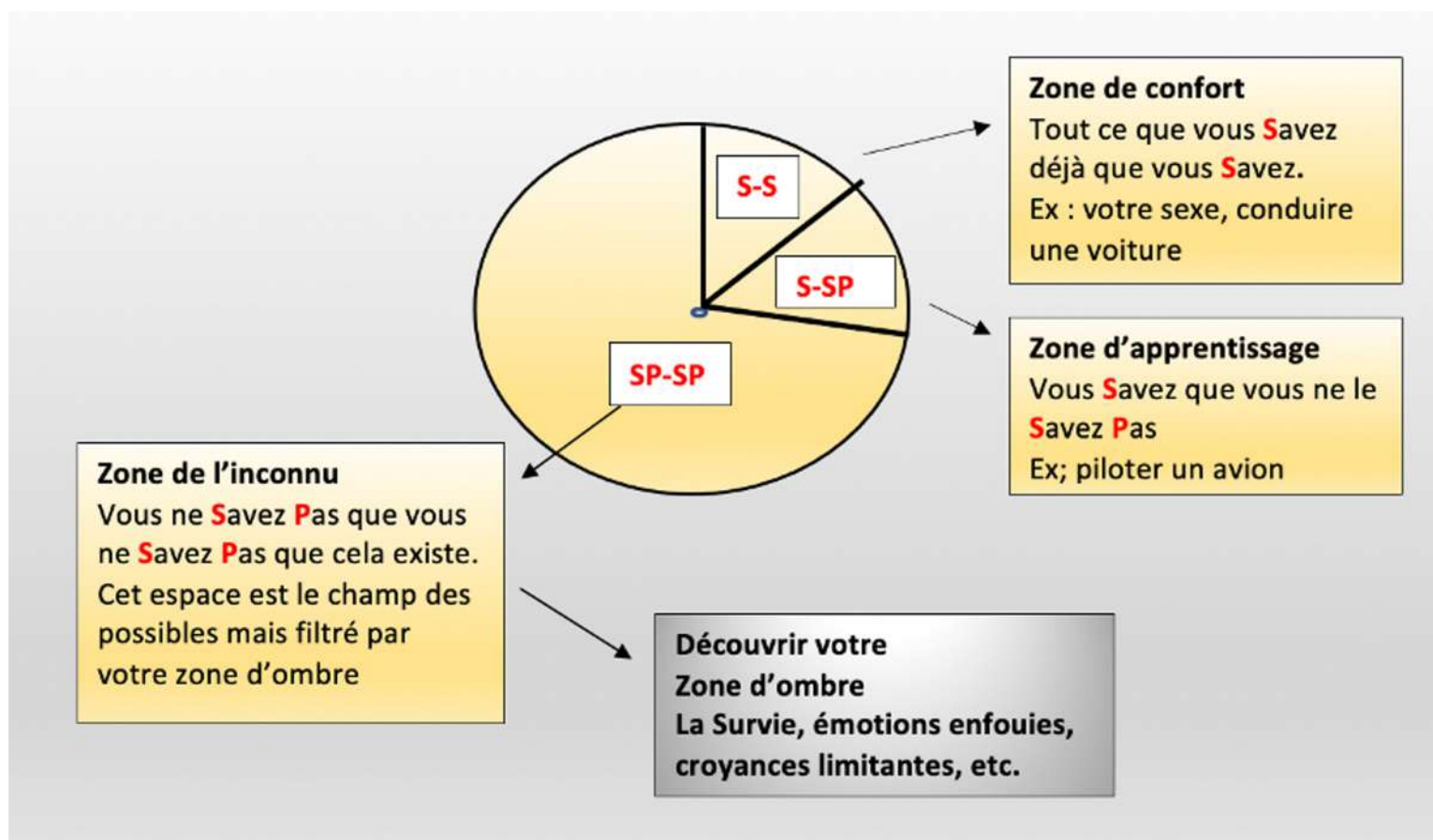
Prenez d'abord le temps de vous regarder dans votre environnement ; lorsque vous êtes dans la circulation ou face à tous ces commérages à votre boulot, d'une certaine façon, cela fait partie de votre zone de confort.

C'est en dehors de cette zone de confort que les gens évoluent dans leur créativité et pour d'autres, c'est une zone qui leur fait vraiment peur.



Une zone où se cachent des peurs inhibantes ou des messages contraignants. C'est pour cette raison que la plupart des gens ne se déplacent que dans la zone de confort avec ce qu'ils savent déjà.

Ex : vous aimeriez parler espagnol mais vous avez peur que les autres vous jugent et vous savez que ça ne sera pas parfait (messages contraignants), alors à quoi bon !



LA ZONE D'APPRENTISSAGE **VOUS **S**AVEZ QUE VOUS NE LE **S**AVEZ **P**AS**

C'est celle où vous avez besoin d'élargir votre vision du monde pour vivre de nouvelles expériences. Vous savez ce que vous voulez mais vous ne savez pas comment l'expérimenter parce que vous n'avez pas les aptitudes ou les compétences nécessaires.

Cette zone vous permet d'observer, d'expérimenter, de comparer et d'apprendre. Il y a tellement de possibilités dans le monde pour vous permettre de vous développer toujours et encore plus. Ex : des formations, des livres, des conférences, des voyages, etc.

LA ZONE DE L'INCONNU : VOUS NE **SAVEZ PAS** QUE VOUS NE **SAVEZ PAS** QUE CELA EXISTE.

Cet espace est le champ des possibles mais filtré par votre zone d'ombre.

C'est ce qui se cache dans vos angles morts. C'est la période où vous ignorez que vous ne savez pas. Dans de telles conditions, il est clair que l'acquisition de la compétence est impossible.

C'est ce qui filtre votre réalité car vous êtes aveuglé par vos croyances limitatives, les souvenirs malheureux que vous avez enfouis, vos souffrances, vos peurs, vos émotions. C'est elle la zone d'ombre !



LA ZONE D'OMBRE

C'est tout ce que vous avez refoulé dans l'inconscient par crainte d'être rejeté par les personnes qui ont joué un rôle déterminant dans votre éducation. Pour leur plaire, vous avez relégué des portions de vous-même aux oubliettes de l'inconscient, vous avez refoulé tout ce qui pouvait paraître honteux ou répréhensible.

Par besoin de reconnaissance, vous vous êtes conformé aux exigences, aux règles et aux lois de votre milieu. Peu à peu, il s'est construit au fond de vous-même un vaste monde souterrain fait de répressions et de refoulements accumulés au fil des années.

CO-CRÉER AVEC SOI-MÊME... TOUT CE QUE VOUS AVEZ

REFOULÉ DANS L'INCONSCIENT PAR CRAINTE D'ÊTRE REJETÉ.



Pour apprivoiser votre ombre et en révéler toute sa richesse, il faut ramener dans la zone de conscience tous les éléments occultés de votre être et vous les réapproprier. Ceci est important afin de découvrir qui vous êtes réellement.

C'est une zone dans laquelle tout peut arriver, tout est possible. Il n'y a que des choses extraordinaires à y découvrir. Peut-être que vous ne pouvez pas les percevoir car vous n'y êtes jamais allé.

Vous croyez que si vous allez dans cette zone vous risquez de tout perdre.

C'est faux ! Au contraire, vous allez vous enrichir car dans cette zone, vous êtes invité à laisser vos expériences négatives dans le passé, celles qui vous empêchaient d'avancer vers votre rêve. Vous pouvez donc envisager l'action de changer comme une expérience de libération.

Cette zone vous permet d'avoir un recul face à vos émotions. C'est en prenant le risque de visiter sans jugement votre zone d'ombre que les changements peuvent se concrétiser. Sinon vous construisez des masques pour vous protéger socialement et vous projetez ce qui n'est pas vous, mais plutôt une fausse image. Votre zone de confort vous éloigne de votre zone d'ombre.

EXPLORER VOTRE ZONE D'OMBRE

Comment pouvez-vous vous aimer et avoir confiance en vous-même, si vous ignorez une partie de vous et agissez contre vos propres intérêts ? Que vous faut-il pour réussir : croire en vous-même ! Un nettoyage dans la zone d'ombre permet une meilleure estime de soi et une ouverture vers de nouvelles opportunités. Dans cette exploration de la zone d'ombre, vos idées sont beaucoup plus claires et vous permettent de mieux atteindre vos objectifs, qui deviennent alors des sources de motivation.

Il est aussi essentiel de reconnaître vos valeurs, car elles sont le moteur de votre vie. Elles ont le rôle de vous encadrer sur votre route afin de faire les bons choix. Vous découvrirez rapidement à quel point ce sera libérateur.

En l'ignorant vous vous exposez à des déséquilibres psychologiques : tendance à se sentir stressé et déprimé, tourmenté par des sentiments d'angoisse, d'insatisfaction de soi-même, de culpabilité, ou même de dépendance, une addiction à des substances externes.

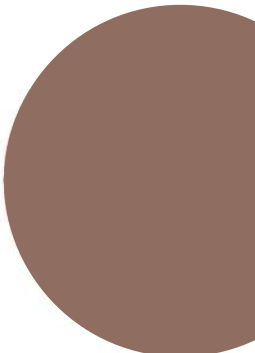
Selon Jung, le travail de réintégration de l'ombre consiste à la reconnaître, à l'accepter comme faisant partie de vous-même et à la réintégrer dans l'ensemble de votre personnalité. La personne qui parvient à reconnaître son ombre devient un être complet.

*Références : Apprivoiser son ombre, Monbourquette,
Zone de confort, Nicolas Felger*

Nathalie Sauvé

*Coach en Neurosciences Motivationnelles
Psycho-Neuro-Nutrition*





Parole de coach

“

Notre zone de confort représente une barrière à notre croissance. C'est au-delà de notre zone de confort que nous avons habituellement accès aux plus grandes opportunités qui transformeront notre existence.



Sêssi Hounkanrin, PCC



sommet**francophone**ducoaching.com

La posture co-créative :

Entrevue de Jean-François Cousin, MCC avec Sêssi Hounkanrin

Jean-François Cousin est coach exécutif, auteur et conférencier. Basé à Bangkok en Thaïlande, il est également spécialisé en coaching d'équipes. Sa grande force est de créer un espace sécurisant pour des conversations stimulantes et de grande valeur avec ses clients. Il croit que chaque personne et chaque équipe a un potentiel de grandeur et se donne pour mission d'aider les dirigeants et les équipes à catalyser leur croissance.

L'énergie de Jean-François ne laisse personne indifférent : elle est pleine de positivité, contagieuse, communicative. En bref, elle est impactante ! Jean-François a visité 75 pays dans le monde et je vous invite à sa rencontre à travers cette entrevue sur la posture co-créative en coaching.

S: Que t'inspire la notion de co-créativité en coaching ?

JF : C'est vraiment essentiel à la discipline, la co-créativité et elle est écrite dans les compétences d'ICF (International Coaching Federation).

Ce que je trouve le plus beau dans cette profession, c'est quand on libère la créativité du coaché tout en lui donnant la responsabilité du succès de la session. À ce moment-là, le coaché devient un peu un artiste et il crée son futur avec plein de nouvelles idées qui sont supportées et challengées par le coach. À partir de là, "magic happens !".

S : Qu'est ce qui te touche le plus en matière de co-créativité ?

JF : C'est l'infini génie intérieur des coachés ! Regarder un coaché travailler, c'est comme regarder Picasso créer, je trouve. Je dis souvent aux coachés : imaginez un white canvas, un tableau blanc, et je les invite à... sortir le pinceau, poser quelques traits, multiplier les couleurs.... Pour moi, ce qui m'inspire le plus, c'est lorsque le client devient une sorte d'artiste.



S: Qu'est-ce que le coach a à gagner/à perdre à habiter cette posture co-créative ?

JF : Je crois que le coach a à gagner que le client se crée un état d'être, une manière d'être qui l'inspire, qui lui donne plein d'énergie, qui lui fait se sentir super-crétatif. L'impact sur la suite de la vie du client est énorme, parce qu'il se sent complètement à même de dessiner son avenir. Je ne vois rien que le coach ait à perdre en adoptant cette posture de co-créativité.

S: En quoi cette posture est une valeur importante dans ta pratique de coach et dans le coaching en général ?

JF : Parce que dans notre monde très complexe, il est important que les clients puissent réinventer leur manière d'être, d'abord, puis de faire, ce qui leur permettra de créer un meilleur futur pour eux, pour leurs proches et la partie du monde avec lesquels ils interagissent. Pour que cette invention de leurs futures manières d'être, de faire les choses soient solides, il faut vraiment qu'ils déclenchent plein de sources de créativité dans leur for intérieur. Et une partie importante du travail du coach sera de les aider à avoir accès à ces sources de créativité qui sont dans leur esprit, dans leur cœur, dans leurs tripes. C'est super important ! L'enjeu, c'est de les aider à créer le meilleur futur pour eux !

S: Peux-tu nous partager quelques exemples dans ta pratique de coaching afin d'amener le client à mieux exprimer sa créativité ?

JF : En tant que coach, il est important d'abandonner le désir de connaître ou d'apporter des solutions.

Il s'agit d'être calme comme un lac tranquille et d'inviter beaucoup de silences dans la conversation. Le silence est vraiment un partenaire extrêmement important. Cet espace de calme, de silence, aide les clients à calmer leur esprit, à se connecter en profondeur avec leurs ressources intérieures. Et ce petit à petit... Ça prend du temps de faire émerger certaines de leurs ressources qui vont alimenter leur créativité.

Une autre chose importante, que je fais quand la confiance a été établie avec les clients, c'est de découvrir avec eux leurs *gremlins* ou "*shadows*", toutes ces choses qui sont dans leur ombre et qui les brident un peu, celles qui contraignent la libération de leur plein potentiel. Ça peut être des peurs ou des choses de leur vie antérieure qui veulent rester cachées. C'est bien d'établir petit à petit la confiance qui leur permet de parler de ces choses qui les brident. Et on peut réfléchir avec eux sur : Qu'est-ce que ces choses qui les brident veulent pour eux?



Presque toujours elles leur veulent du bien. Cependant, elles peuvent leur vouloir du bien sur la base d'un socle d'hypothèses qui ne sont plus d'actualité.

Exemple : il y a 20 ans ce n'était pas bien de dire telle chose ou faire telle chose. Et aujourd'hui, ils sont encore dans la situation où « faut pas dire ça, faut pas faire ça, c'est pas bien » ! Si on découvre pourquoi, et on réalise qu'on est 20 ans plus tard, le monde a changé, ils ont changé, les gens ont changé et qu'il n'y a plus de raison de se priver de dire ça ou de faire ça... Alors, on peut avoir un partenariat avec ces choses qui étaient cachées au lieu d'avoir ces choses cachées qui pèsent sur l'énergie du client, qui le limitent !



S: Qu'est ce qui pourrait faire qu'un coach perde sa posture co-créative en coaching?

JF : Souvent le syndrome de l'imposteur, cette peur que la session ne crée pas assez de valeur pour le client ou le manque de confiance dans le processus du coaching. Le coach se dit : « Wow, là on ne va nulle part, on est à 15 mn de la fin de la session et on est complètement dans la jungle... Mince, mince, mince... Bon ben je vais lui proposer des idées parce qu'il faut vraiment qu'on sorte avec quelque chose... »

Au lieu de reconnaître devant le client : « il nous reste 15 mn et, en puisant dans tout ce que vous avez exploré jusqu'à maintenant, qu'est-ce que vous voulez faire avec cela ? » .

Un petit jeu rapide pour finir (questions tirées de mon approche et de mon prochain livre Révélez le Coach qui est en Vous)

COMMENT DÉFINIS-TU AUJOURD'HUI LE COACHING AVEC TA PROPRE SENSIBILITÉ ?

Un espace de réinvention de nos manières d'être avec soi, les autres, avec notre planète, pour créer un monde meilleur autour du client ou de la cliente et un futur qui corresponde aux plus importantes aspirations du client ! C'est un peu long (sourire...)

COMMENT LE DÉFINISSAIS-TU HIER ?

J'utilisais la définition d'ICF qui est excellente... J'ajoutais l'importance que le coaching soit une source d'amélioration des relations entre les personnes. Ce qu'il n'y avait pas, c'est l'importance de la planète, de contribuer au bien-être de la planète, ce que ICF a rajouté dans les récentes 8 compétences essentielles...

Je suis complètement en phase avec ce référentiel de compétences d'ICF.

Il n'y avait pas non plus le niveau d'ambition de réinvention, j'étais plus au niveau de la ré-imagination mais l'aspect réinvention est beaucoup plus profond. Il y avait moins d'ambition sur le niveau de créativité. Ce qui a fait la différence, c'est que le monde, la planète vont vraiment de plus en plus mal... On sait aider, avec le coaching, il faut qu'on fasse plus....

SI LE COACHING ÉTAIT UNE MUSIQUE OU UN SON... POUR QUELLES RAISONS?

“World Music” (musique du monde), c'est la Beauté du monde intérieur du client qui résonne en fait.

Les coachs s'enrichissent de tous ces mondes intérieurs qu'ils ont l'honneur de découvrir en co-créativité avec leurs clients.

SI LE COACHING ÉTAIT UNE COULEUR...

Toutes les couleurs de l'Arc en ciel.

Quand on appelle la créativité intérieure des clients, on voit de magnifiques couleurs qui apparaissent dans la conversation, dans le ton de nos coachés...

SI LE COACHING ÉTAIT UNE ODEUR, UN PARFUM... POUR QUELLES RAISONS?

Un parfum "full body!", qui te prend, qui t'enivre, qui te donne un sentiment de bien-être, qui réveille ta force intérieure... Je ne vais pas citer de marques commerciales (rires !!!)

SI LE COACHING ÉTAIT UN PERSONNAGE...

Un créateur de héros !

Merci infiniment pour cette magnifique entrevue Jean-François !

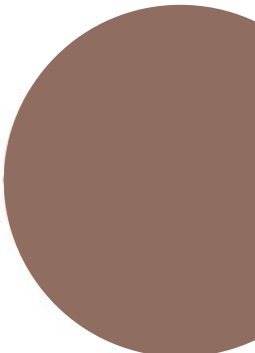


Sèssi Hounkanrin, PCC

Fondatrice de Génération Coaching

Coach-mentor internationale

Accompagnement de coachs et de leaders



Parole de coach

“

Parfois, le silence parle mieux que les mots.
Se taire pour écouter,
Laisser la place aux émotions,
Laisser la place à l'essentiel...

Stéphane Burignat



sommet**francophone**ducoaching.com





Et si vous adoptiez la co-élévation ?

Développer une activité de coaching est un vrai défi.

Car, en tant que coach-entrepreneur, vous devez porter constamment plusieurs casquettes qui vous amènent à anticiper, à gérer des aléas, à penser au futur, à organiser et coordonner des interactions avec vos clients et vos partenaires, à traiter des obligations... et toutes ces choses qui constituent votre quotidien.

À un moment donné, pour passer un cap, vous devez penser à optimiser. Cela va vous conduire à devoir utiliser une approche de plus en plus collaborative. À solutionner des problèmes et à mener des actions de façon plus efficace. À chercher des partenariats fluides et à former une équipe avec des membres qui savent s'auto-organiser.

C'est d'ailleurs ainsi que Keith FERRAZZI définit la **co-élévation**.

Alors peut-être que vous allez me dire que vous êtes coach. Et donc que vous n'avez pas d'équipe, ni de collaborateurs.

Dans ce cas, je vous invite à vous poser la question suivante:

Quelles sont les meilleures personnes qui vont m'aider à avancer vers mes objectifs ou mes ambitions... (même si elles ne dépendent pas directement de moi de façon hiérarchique et même si elles ne rentrent pas directement dans mon champ de responsabilité) ?

Et là, peut être que vous allez vous rendre compte que vous êtes entouré de plusieurs personnes qui collaborent avec vous.

Elles sont, de fait, dans une relation de co-crédation avec vous. Par le biais de leurs feedbacks. Par le biais de l'apport de leurs propres savoirs et compétences. Par le biais de leur soutien et présence aussi.

Ce sont, par exemple, des partenaires professionnels. Un superviseur. Un mentor ou encore vos clients. Mais aussi vos proches, qui contribuent certainement à votre réussite.

Sachant que le but ici est d'aller au-delà de la "simple" collaboration... C'est le deuxième point essentiel de la co-élévation : si nous voulons développer ce nouveau type de leadership, nous devons apprendre à prendre l'initiative et nous mettre au service de l'autre, afin d'atteindre le même but ensemble.

Si je mets à votre disposition mes savoirs et mes ressources pour que vous puissiez évoluer, progresser, opérer des changements et que tout cela vous permet ensuite de m'aider à mieux avancer et à plus contribuer, alors ne sommes nous pas dans une vraie démarche gagnant-gagnant ?

Ce qui est intéressant dans la démarche de co-élévation, est que pour arriver à cette finalité, nous n'avons pas besoin d'avoir de l'autorité sur des personnes pour avancer avec elles.

Il suffit d'identifier notre équipe. Et de faire en sorte de se mettre à son service, pour s'aider les uns les autres à être le plus efficace, le plus pertinent dans sa propre zone de responsabilité.

Par contre, cela nécessite d'adopter une posture de porosité. Car aider les autres dans une démarche de co-élévation demande de s'autoriser à relâcher la résistance que nous avons vis-à-vis d'une situation, d'une personne, d'une démarche.

En faisant un premier pas envers quelqu'un qui ne pense pas comme nous, ou qui nous a blessé, ou qui nous semble être une contrainte, nous arrêtons d'être en réaction.

Idem quand nous voyons une situation ou une démarche sous un autre angle.



Ce qui laisse de la place à une démarche proactive. En prenant conscience de la part des responsabilités que nous avons sur une situation ou une relation donnée.

Le but étant ici d'infléchir votre réalité, de façon à être plus agile, plus ouvert afin de mieux anticiper et pour poser des actions qui vont dans le bon sens.

Je suis convaincu que nous avons toutes et tous, dans l'accomplissement de nos métiers d'accompagnants, une ambition commune : débloquer au mieux les aptitudes humaines... pour permettre la pleine exploitation des talents de l'être humain et pour se libérer de tous ces freins qui nous bloquent ou nous freinent. Pour atteindre un but commun.

Sans vous en rendre peut-être compte, la pratique de votre métier ressemble étrangement à ce que tout entrepreneur devrait être amené à faire : à savoir être une ou un facilitateur afin de transformer une ambition ou une vision en résultats extraordinaires et ce, en s'appuyant sur une équipe extraordinaire.

C'est ce que la co-élévation peut vous aider à faire.

Sachant, qu'en plus, elle peut s'appliquer aussi merveilleusement bien dans nos vies professionnelles que personnelles. Si vous appliquez ce que nous venons d'évoquer par exemple à vos enfants, vous allez leur permettre d'évoluer de plus en plus vers l'autonomie et la responsabilisation.

N'est-ce pas un autre beau défi à relever et un extraordinaire nouveau terrain de jeu ?



Alain Schultz

*Mentor de dirigeants et de décideurs
Optimisation entrepreneuriale*

Sommet Francophone du Coaching

2ème édition virtuelle

08 au 12
juin 2022

OSER, GRANDIR & PROSPÉRER

1 Sommet - 5 jours - 5 continents

+ de **15 coaches d'impact** vous partageront leurs
meilleurs outils, approches, pratiques pour vous
permettre de développer
votre activité !

C'est un Sommet unique en son genre
qui réunit des coaches francophones
de tous les horizons et des intervenants
d'une qualité exceptionnelle !

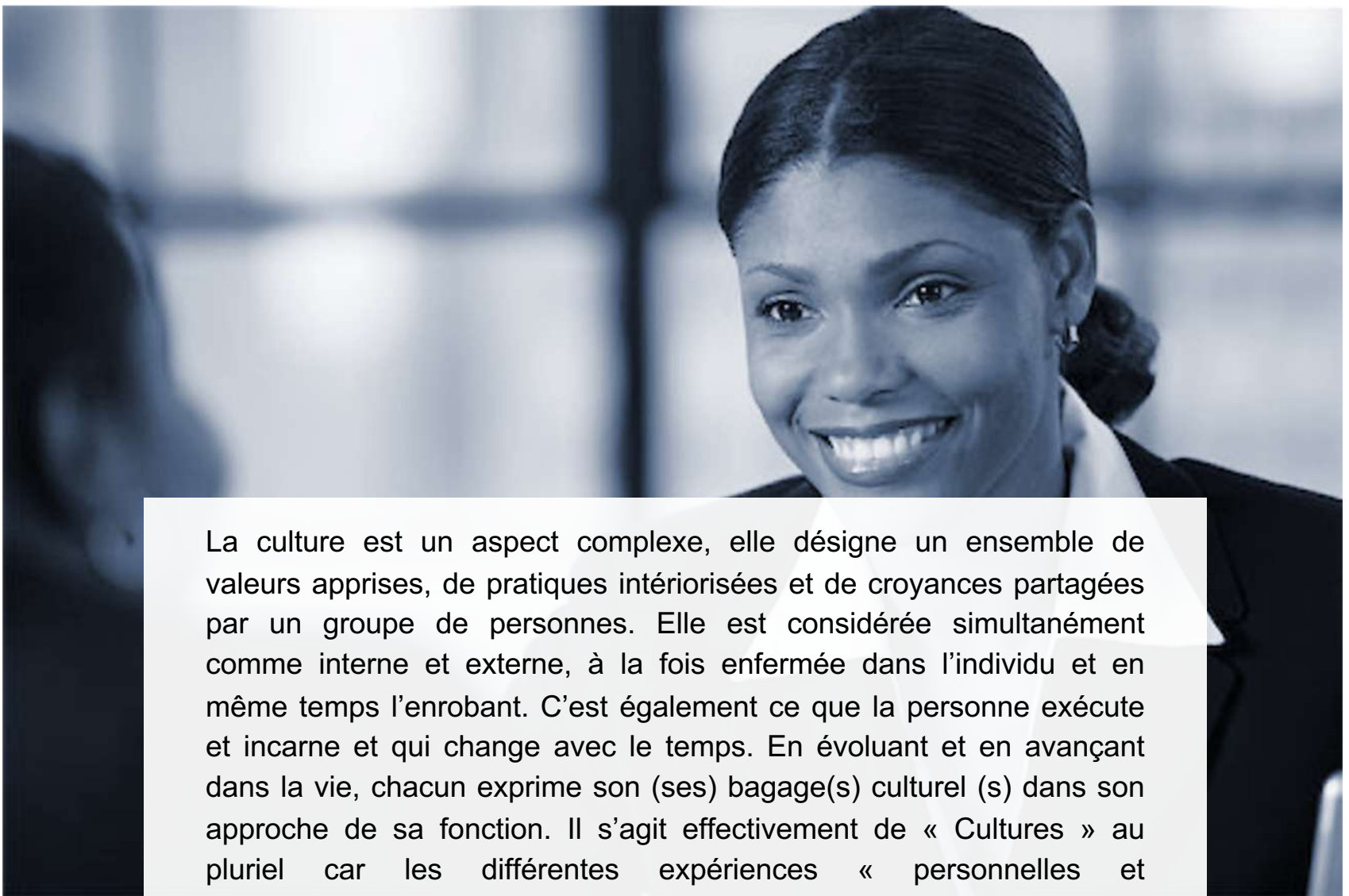
Pour vous inscrire gratuitement, c'est ici :

sometfrancophoneducoaching.com

Leadership aux couleurs de l'interculturel

Le leadership, cette compétence ou aptitude hautement requise et même exigée des managers pour assurer une évolution de carrière, peut se définir comme la capacité d'avoir une vision porteuse de sens, de l'habileté à la partager avec les autres et d'inspirer ses collaborateurs et les différentes parties impliquées, à s'engager pour la réalisation et la déclinaison de ladite vision. D'autres critères définissent également le leadership : la capacité d'innover, d'insuffler une dynamique, de motiver les équipes et de communiquer avec impact. Les attentes sont certes nombreuses, toutefois, une compétence se démarque ces dernières années et requiert plus d'attention de la part des responsables du développement des ressources humaines au sein des organisations, il s'agit de la compétence interculturelle.

Avec la globalisation des affaires, la recrudescence des technologies de l'information puis la pandémie de la covid/du covid, le travail des organisations n'a quasiment plus de frontières géographiques. Une équipe peut avoir son siège administratif aux USA, les équipes techniques en Inde, les équipes commerciales à Dubaï. Il est clair que la dimension de l'interculturel ou « Cross-Culture » est omniprésente dans la gestion du quotidien, dans les relations entre les différents collaborateurs et entités.



La culture est un aspect complexe, elle désigne un ensemble de valeurs apprises, de pratiques intériorisées et de croyances partagées par un groupe de personnes. Elle est considérée simultanément comme interne et externe, à la fois enfermée dans l'individu et en même temps l'enrobant. C'est également ce que la personne exécute et incarne et qui change avec le temps. En évoluant et en avançant dans la vie, chacun exprime son (ses) bagage(s) culturel (s) dans son approche de sa fonction. Il s'agit effectivement de « Cultures » au pluriel car les différentes expériences « personnelles et professionnelles » s'incorporent dans la culture individuelle.

Le dictionnaire Le Robert définit l'Interculturel comme suit : ce qui concerne les rapports, les échanges entre cultures, entre des civilisations différentes. Claude Clanet, l'un des grands spécialistes de l'interculturel, auteur de la recherche « Introduction aux approches interculturelles en éducation et en sciences humaines » a introduit les notions de réciprocité dans les échanges et de complexité dans les relations entre cultures. Pour lui, le phénomène interculturel est affaire de rencontres, car il existe 'des cultures' au sein desquelles parfois d'autres cultures coexistent et interagissent.

Philippe Rosinski auteur du livre 'Coaching Cross culture', définit quant à lui le coaching à travers les cultures comme : une méthode de coaching créative et intégrative qui remet en question les hypothèses culturelles dans toutes les situations, propulse le coach et le coaché au-delà de leurs limites précédentes, offre de nouvelles options, de nouvelles façons de penser, de communiquer, de gérer le temps et de s'engager.

La compétence culturelle est la capacité de développer des connaissances, un savoir-faire et des attitudes ciblées qui conduisent à un comportement et une communication visible, à la fois efficaces et appropriés dans les interactions interculturelles.

POUR LES DIRIGEANTS ET COACHS QUI SOUHAITENT DÉVELOPPER CETTE COMPÉTENCE, ILS GAGNERAIENT À CONSIDÉRER LES ÉLÉMENTS SUIVANTS :

1- CONNAISSANCE CULTURELLE :

Comment sa propre culture a façonné son identité et sa vision du monde ?

Comment les histoires, valeurs, politique, économie, styles de communication, croyances et pratiques ont façonné son identité et sa vision du monde ?



2-SAVOIR-FAIRE CULTUREL :

Analyser, interpréter, établir des relations et développer une pensée critique.

3-ATTITUDE CULTURELLE :

Avoir de la curiosité continue envers les autres cultures et comportements sans jugement. Diversifier ses relations et le cercle de personnes avec lesquelles il ou elle interagit au quotidien, tester son ouverture d'esprit par rapport au référentiel personnel que ce soit au travail ou en société.



Afin de développer cette compétence, les managers, dirigeants et toutes personnes qui souhaitent avancer sur cette piste, procèdent par le processus cité ci-haut (développer leurs savoirs culturels, savoir-faire/agir culturel et l'attitude culturelle), il s'agit d'un travail qui peut se faire à titre individuel ou collectif avec l'aide d'un coach, superviseur ou mentor ayant une expertise dans le domaine.

Parmi les pistes de travail, il existe celle sur les biais qui constitue un vaste chantier, notamment les volets cognitifs, perceptuels, géographiques, etc. et auquel nous pourrions consacrer un autre article.

Jihane Labib

*Coach de Dirigeants et d'équipes ICF et EMCC
Fondatrice de CoachingLab Academy*





Parole de coach

“

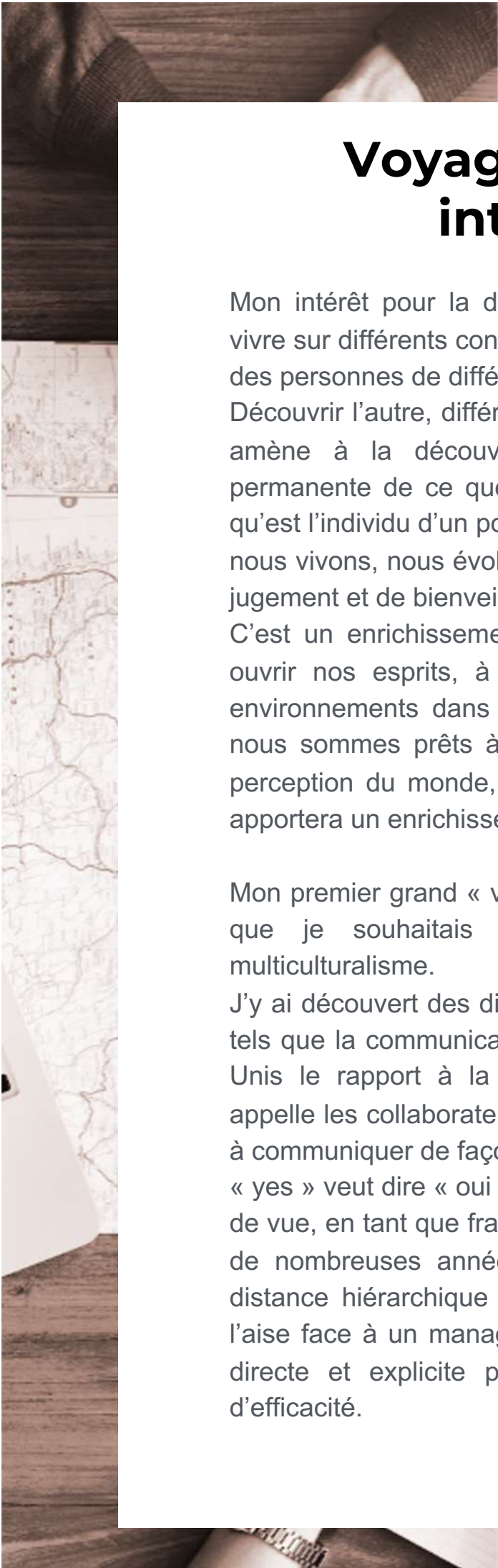
La présence, ce n'est pas un état figé.
C'est un voyage.

Jihane Labib, PCC



sommet**francophone**ducoaching.com





Voyages et rencontres interculturelles

Mon intérêt pour la découverte de cultures variées m'a amené à vivre sur différents continents en ayant toujours le souhait de côtoyer des personnes de différentes cultures au sein d'un pays.

Découvrir l'autre, différent de nous, est un voyage intérieur qui nous amène à la découverte de nous-même. C'est une réflexion permanente de ce que nous sommes en tant qu'individu et de ce qu'est l'individu d'un point de vue général dans le monde dans lequel nous vivons, nous évoluons ; cette réflexion étant empreinte de non-jugement et de bienveillance.

C'est un enrichissement permanent qui, si nous sommes prêts à ouvrir nos esprits, à nous questionner sur nous-même, sur les environnements dans lesquels nous avons évolué et évoluons, si nous sommes prêts à nous remettre en question, changera notre perception du monde, de l'autre ainsi que de nous-même et nous apportera un enrichissement incommensurable.

Mon premier grand « voyage » interculturel a eu lieu aux Etats-Unis que je souhaitais découvrir puisque c'est le modèle du multiculturalisme.

J'y ai découvert des différences culturelles liées à plusieurs aspects tels que la communication et la hiérarchie. Par exemple, aux Etats-Unis le rapport à la hiérarchie étant moins formel, le manager appelle les collaborateurs par leur prénom. De plus, ils ont tendance à communiquer de façon plus directe et explicite qu'en France ; un « yes » veut dire « oui » et un « no » veut dire « non ». De mon point de vue, en tant que française, quand j'ai découvert ces aspects il y a de nombreuses années cela me donnait l'impression qu'ainsi la distance hiérarchique était plus réduite et permettait d'être plus à l'aise face à un manager, par exemple. De plus, la communication directe et explicite pouvait, en fonction des sujets, être signe d'efficacité.

Une autre expatriation marquante pour moi fut Taïwan, imprégnée par les cultures chinoise et japonaise.

Là-bas, le mode de communication y est indirect, les personnes ne donnent pas leurs opinions par crainte d'offenser leur interlocuteur.

De plus, si vous leur posez une question, ils ne vont pas répondre qu'ils ne savent pas, pour ne pas perdre la face, ce qui est vraiment une caractéristique culturelle chinoise très marquée. Vous aurez donc une réponse à votre question ou un sourire. De plus, les taïwanais, tout comme le reste des asiatiques, n'expriment pas leurs émotions et ont donc une grande maîtrise d'eux-mêmes.

Il est important de souligner que chaque culture comprend des orientations culturelles. « Une orientation culturelle est une propension à penser, à ressentir et à agir selon un mode culturellement déterminé » (cf. Le coaching interculturel- P.Rosinski-Dunod 2019).

Nous ne sommes donc pas totalement dans un mode de communication directe ou indirecte, par exemple. Et, il faut également tenir compte de la personnalité de chacun.

LE COACHING INTERCULTUREL

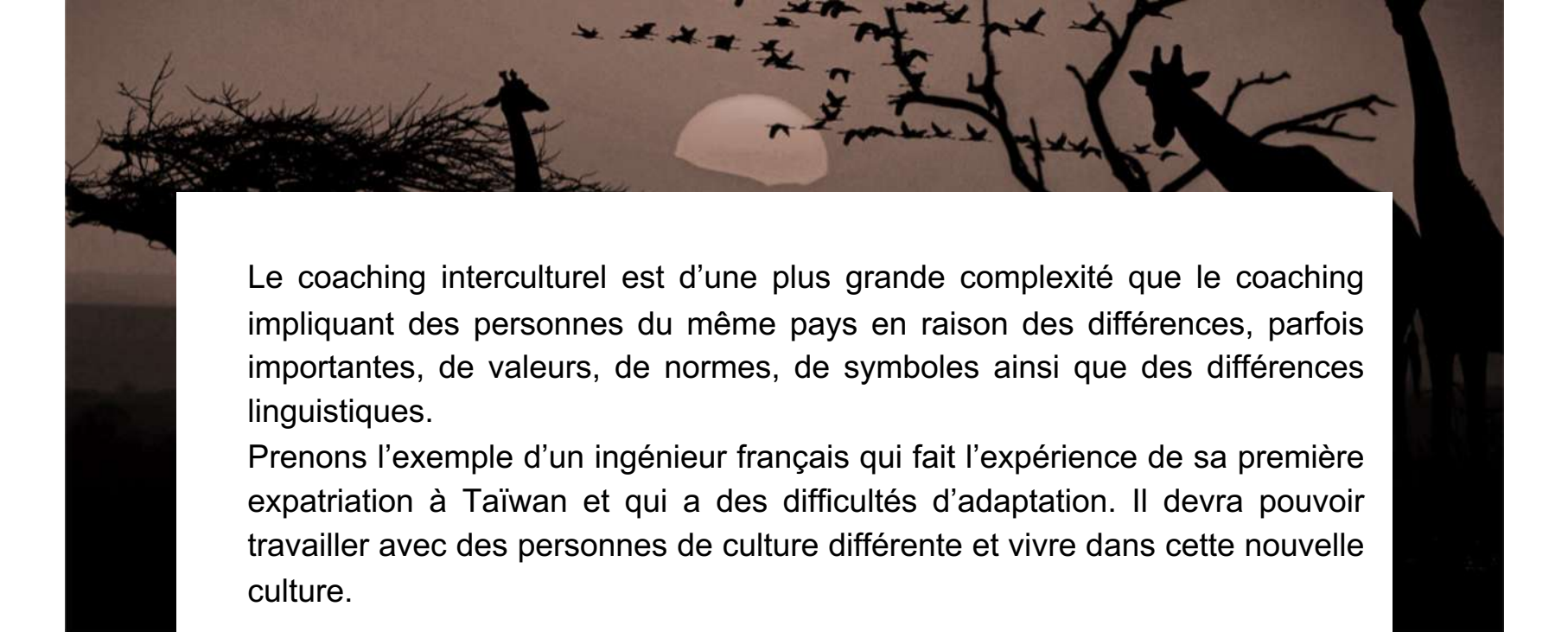
Le coaching permet un accompagnement sur ces sujets à travers le coaching interculturel.

Dans ce cadre, le coach est amené à accompagner :

- Une personne d'une autre culture que la nôtre ;
- Une personne qui va travailler ou travaille avec des personnes d'autres cultures que la sienne ;
- Des équipes multiculturelles.

Il s'agit donc :

- D'avoir une réflexion sur soi-même et sur son identité qui est le fruit, notamment, de notre environnement culturel ;
- De s'intéresser à une ou des cultures différentes de la nôtre dans un souci de compréhension tout en étant bienveillant et dans le non-jugement ;
- D'acquérir des connaissances sur la ou les cultures que vous ciblez : valeurs, normes, différences et similitudes entre cette (ces) culture(s) et la vôtre ;
- D'utiliser des méthodes et outils ;



Le coaching interculturel est d'une plus grande complexité que le coaching impliquant des personnes du même pays en raison des différences, parfois importantes, de valeurs, de normes, de symboles ainsi que des différences linguistiques.

Prenons l'exemple d'un ingénieur français qui fait l'expérience de sa première expatriation à Taïwan et qui a des difficultés d'adaptation. Il devra pouvoir travailler avec des personnes de culture différente et vivre dans cette nouvelle culture.

Le coach travaillera, entre autres, sur les ressources et sur le système CVBLE (croyances, valeurs, besoins, limites, émotions).

Le coach pourra poser des questions telles que :

« Comment vous sentez-vous dans cette nouvelle culture ? », « Qu'est-ce qui vous plaît ? », « Qu'est-ce qui vous pose problème ? », « En quoi cela vous pose-t-il problème ? », « Que voulez-vous à la place ? », « Quelles ressources avez-vous ? », « Quelles autres ressources pourriez-vous avoir ? », « Cette situation dépend- t-elle uniquement de vous... ? »

Le travail sur les valeurs sera important : Il s'agira de trouver les valeurs du coaché communes à celles de l'autre culture qui seront ainsi un point d'appui pour lui.

Concernant la question des besoins on peut, par exemple, demander :
« De quoi avez-vous besoin pour vous adapter au mieux à cette culture ? »

Coacher l'interculturel amène donc à une prise de conscience, à une compréhension des différences culturelles afin d'en tirer parti et de pouvoir réussir des projets internationaux.

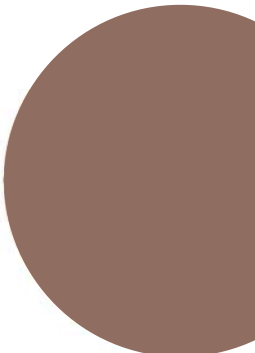
Il élargit notre vision du coaching et par là même notre vision du monde.



Hélène Guillou

Coach certifiée

Experte en transitions de vie internationales



Parole de coach

“

Dans le vent de L'ADVERSITÉ se trouve aussi la force nécessaire pour vous pousser vers les trésors de la PROSPÉRITÉ et de la FÉLICITÉ.

Serj Taïgba



sommet**francophone**ducoaching.com





Opportunité et défis du marché de coaching en Afrique francophone

Dans l'article « **Vite, un coach** » publié par **Jeune Afrique** en Avril 2006 sur le Coaching en Afrique, **Isabelle Régis**, coach certifiée de l'Institut international de coaching de Genève, membre de la Fédération francophone des coachs expliquait que « le coaching n'était qu'à ses prémices en Afrique et que c'est un outil indispensable à tout projet de vie et d'entreprise. Derrière toute réussite se trouve une personne qui aide à réussir. Le coach est l'éminence grise de toute entité qui fait appel à lui. »

Aujourd'hui, 18 ans après la publication de cet article, à l'instar de l'Europe et des Etats-Unis, le coaching a gagné davantage de terrain et fait partie des métiers les plus prisés en Afrique francophone au cours de ces dernières années.

Un effet de mode ou l'émergence d'un véritable métier attrayant en Afrique ?



Dans ce tournant décisif de notre Histoire commune où tout s'accélère à une vitesse exponentielle, l'humanité a plus que jamais besoin de se recentrer sur elle-même, de puiser dans ses forces intérieures, de changer de paradigme, de co-créer et de se réinventer. Le coaching demeure l'outil, ou du moins, l'un des outils indispensables pour combler ce besoin.

C'est autant dire que l'humanité a besoin des coachs pour accompagner ces changements brusques tant au niveau individuel que collectif.

L'Afrique francophone, faisant partie de cet ensemble qui s'appelle Humanité, ne peut être en marge de cette grande mutation que nous traversons.

C'est pourquoi, le marché du coaching en Afrique Francophone, certes étant à une phase embryonnaire et connaissant moult défis, offre tout de même de grandes opportunités.

Le besoin d'accomplissement, la quête de sens, l'incertitude sur l'avenir, la gestion des changements, l'envie de se connaître et de connaître les autres, la reconversion professionnelle, l'accompagnement scolaire, la gestion des conflits constituent autant de domaines sans cesse croissants qui demandent l'expertise des coachs.

Mais pour saisir ces opportunités, faudrait-il d'abord relever les trois défis majeurs du marché du coaching en Afrique francophone ?

1 - LA RÉGLEMENTATION DU SECTEUR

L'absence de réglementation du secteur du coaching en Afrique francophone fait que c'est très difficile de bâtir une véritable carrière dans ce domaine. Tout le monde peut s'autoproclamer coach sans aucune certification. Et cela fait que beaucoup ne considèrent pas le coaching comme étant une profession...

D'ailleurs, l'Ecole Coaching Ethique en Côte d'Ivoire qui délivre un diplôme de coach sur une durée de 6 mois de formation, ainsi que la plupart des parcours de certification existants en présentiel ou en ligne, sont d'accréditation de la Fédération Internationale de Coaching (ICF) dont le coût d'accès semble très élevé si on le compare avec le revenu moyen de la plupart des Africains. Ce faisant, seulement une minorité parvient à se faire **certifier coach professionnel** à travers une formation répondant à toutes les normes établies pour l'exercice de ce métier.

Malgré ces défis, il faut souligner que dans certains pays d'Afrique Francophone comme la Côte d'Ivoire, nous assistons à une grande avancée dans la professionnalisation de ce métier à travers l'Association des Coachs Professionnels de la Côte d'Ivoire ainsi qu'avec des Coachs de renoms tels que Nabou Fall, Lola Wise, Serj Taïgba, Adama Garou dont l'impact se voit au-delà du continent.

Aussi, le Burkina Faso, a depuis maintenant des années un **Réseau international des coachs africains (RICA)** pour structurer le secteur. Réglementer le secteur du coaching demeure le premier défi à relever.

« La profession de coach a un double problème : il est facile d'y accéder et il est difficile d'y réussir. L'accès au métier de coach est tellement aisé que littéralement n'importe qui peut devenir coach »

Rich Livin



2 - COMMENT INTÉGRER LE COACHING DANS LA CULTURE AFRICAINE ?

La culture africaine est dominée par la solidarité. “L’individu africain” face à une difficulté a tendance à solliciter naturellement une main extérieure. L’initiative personnelle, l’autonomie et la prise de risque sont souvent rares. La disponibilité des gens à donner des conseils avisés font que rares sont ceux qui souscrivent aux services de coaching. Les conseils sont souvent donnés gratuitement dans les sociétés africaines. L’amalgame que font les gens entre le **Coaching** et le **Conseil** résultant de la méconnaissance du secteur rend le “business model” du coaching peu rentable en Afrique francophone.

Dans ce cas, il faudrait une démarche holistique pour positionner le coaching comme étant une alternative crédible pour accompagner les individus vers l’atteinte de leurs objectifs ainsi que leurs épanouissements personnels et professionnels en Afrique francophone.

Une vaste campagne de sensibilisation sur ce qu’est le coaching et ses impacts pourraient être un début de solution.

« Une seule main ne peut cerner le tronc du baobab »
Proverbe Africain

3 - RÉUSSIR À FAIRE ACCEPTER AUX PERSONNES COACHÉES D'EN PAYER LE PRIX

Vu la gratuité des conseils donnés aux gens dans la plupart des cas en Afrique francophone, parmi le peu de personnes qui s'intéressent aux services de coaching, rares sont ceux qui payent le prix convenable. Mieux, le coaching n'est pas facturé en taux horaire mais plutôt en contenu de programme.

Le défi majeur pour tout coach en Afrique francophone est de se faire payer au prix que valent ses services. Avoir une grille tarifaire sur le plan continental s'appuyant sur les réalités africaines permettrait d'avoir des prix abordables pour amener plus de gens à souscrire aux services.

Nonobstant ces défis majeurs, l'engouement actuel autour du coaching en Afrique Francophone constitue une grande opportunité pour la professionnalisation et la construction de nouvelles bases pour un bel avenir du métier de coach sur le continent.

Mais pour y arriver, il faudrait d'abord que les coaches puissent fédérer leurs énergies et leurs réflexions pour apporter des réponses à ces interrogations :

Comment poser les bases de la réglementation du marché du coaching en Afrique Francophone ?

Comment co-crée et développer une vision stratégique pour structurer le marché du Coaching en Afrique francophone ?

**« Vos clients paient pour leurs rêves.
Et les rêves n'ont pas de prix ».**

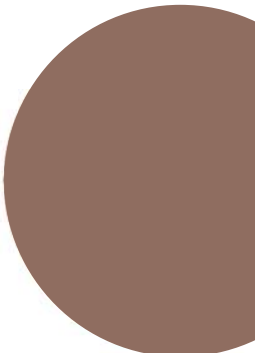
Steve Chandler



Sadjo Tounkara

Auteur, Coach

Fondateur de SUP-Coaching



Parole de coach

“

Contribuer est un acte de générosité qui nous est rendu décuplé, à condition que ce ne soit pas calculé, qu'il n'y ait pas d'agenda caché... CONTRIBUER, c'est finalement simplement exprimer son HUMANITÉ.



Wafa Ben Sedrine



sommet**francophone**ducoaching.com



Les 5 conseils que j'aurais aimé recevoir avant de devenir coach-entrepreneure

Mon nom est Joëlle Manlius, entrepreneure et coach professionnelle à destination des leaders passionné(e)s et investi(e)s d'une mission.

Après près de 15 ans de carrière en gestion, j'ai créé en 2018 une entreprise à mon image, basée sur mes valeurs et mes aspirations profondes. J'accompagne des dirigeants, entrepreneur(e)s, et leaders d'équipes audacieux à développer leur potentiel pour atteindre leurs objectifs professionnels et personnels.

Je suis axée sur la connexion à soi et le *Mindset*, autant que sur les actions et résultats. Ce sont des composantes fondamentales pour atteindre le succès et créer une vie qui a du sens.

Ma curiosité et ma passion pour l'entrepreneuriat m'encouragent à développer d'autres projets et entreprises. Aujourd'hui, je me considère comme une "serial entrepreneure", et à travers cet article, je souhaite vous apporter ma vision de l'entrepreneuriat.

Voici donc les 5 conseils que j'aurais aimé recevoir avant de devenir coach-entrepreneure !

1

Entreprendre dans le respect de ses valeurs

Quel que soit votre projet d'entreprise, vous ne serez épanoui(e) qu'en restant aligné(e) à qui vous êtes et à ce que vous souhaitez accomplir.

L'entrepreneuriat exige de la patience, de la persévérance et de la résilience. Ce qui vous fera tenir, c'est de croire en votre mission et en vous.

Commencez par vous demander pourquoi vous le faites, quelle est votre motivation profonde à devenir coach entrepreneur ? Vous souhaitez aider les autres, faire changer les choses, avoir un impact sur la société... D'accord, mais dans quelles conditions de travail et de vie ?

Ne reniez pas vos valeurs pour obtenir des clients ou des contrats d'accompagnement. Vous n'aurez peut-être pas l'embarras du choix au début mais rester fidèle à soi-même n'a pas de prix. Alors, respectez vos propres limites, vous ne le regretterez pas.



2

Être coach indépendant, c'est avant tout être un entrepreneur

Avant de vous lancer, soyez conscient(e) du statut de coach entrepreneur.

L'envie, la passion d'aider des personnes, vous les avez. Mais être entrepreneur signifie également savoir faire entrer des ressources financières pour manger, boire, dormir et s'épanouir !

Il ne suffit pas d'avoir des intentions nobles, des compétences, ni même un diplôme. La certification est un outil pour accéder au statut de coach entrepreneur et être un bon coach.

Mais cela ne suffit pas. Ce n'est qu'un élément parmi tant d'autres dans votre plan d'action pour développer votre entreprise.

Fixer sa tarification, prospecter, réseauter, être visible doivent également en faire partie.

La communication est un enjeu majeur. Où, quand, comment ? Toutes ces questions mettent les nerfs des indépendants à rude épreuve.

Votre carnet de rendez-vous est plein. Bravo mais jusqu'à quand ? C'est aujourd'hui que vous cherchez les clients de demain.

On en parle beaucoup et pourtant, il est trop souvent sous-estimé : le pouvoir du réseau.

Vos clients, vos anciens collègues, vos partenaires, toutes vos relations professionnelles, voire extra-professionnelles, constituent votre réseau. Vous trouverez vos premiers clients dans votre entourage proche, le premier cercle. Puis ils vous recommandent et votre réseau s'agrandit.

Développer son cercle est intentionnel. Élargir son réseau dans le but de développer son entreprise. Commencez à réseauter avant même de vous inscrire dans votre formation de coach.

Intégrez également des réseaux d'entrepreneurs. Vous vous nourrirez de ces échanges avec des dirigeants d'entreprises ou des top leaders. Leurs partages d'expérience vous feront grandir plus vite que n'importe quelle formation.

Entourez-vous d'autres coachs, d'autres entrepreneurs. N'importe quelle relation peut devenir une opportunité d'affaires.



S'il y a une chose que je regrette, c'est de ne pas avoir créé plus tôt un Personal Branding. Je savais que c'était important avant de me lancer. Je pense maintenant que c'est un pré-requis pour une activité de coach entrepreneur.

Le Personal Branding permet de se différencier, de mettre en lumière sa personnalité, tout en communiquant sur son expertise et sa valeur ajoutée. Votre marque personnelle peut être l'élément qui fait la différence pour un potentiel client qui hésite entre deux coachs.

Pour être coach entrepreneur, il faut accepter de se rendre public, oser communiquer et prendre la parole sur les réseaux sociaux.

Vous avez des qualités, vous pouvez aider. Si vous ne le dites pas, personne ne vous trouvera dans l'immensité de l'océan digital. Montrez-vous ! Démarquez-vous ! Prenez votre place.



Ne craignez pas la concurrence. Il y a de la place pour tout le monde.

Plus tôt, je vous disais qu'il fallait savoir s'entourer. Votre réseau de collègues, de partenaires, de clients va se constituer progressivement.

Toutes ces personnes sont à même de vous recommander un jour, y compris ceux que vous considérez comme des concurrents.

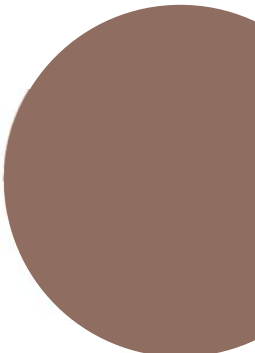
Enfin, travailler en collaboration avec vos pairs possède de nombreux bénéfices :

- Briser l'isolement du statut d'indépendant ;
- Proposer des offres communes en co-créant ;
- Être challengé(e) sur vos prestations ;
- Être vous-même coaché(e) pour progresser.

En bref, devenir coach-entrepreneur nécessite de cultiver un état d'esprit gagnant qui vous permettra de prendre des décisions réfléchies, alignées, audacieuses qui auront un impact significatif sur le développement de votre activité !

Joëlle Manlius
Coach-entrepreneure
Accompagnement de dirigeants





Parole de coach

“

Poser une question est un acte audacieux,
c'est aller à la rencontre de ce que l'on ne sait pas.

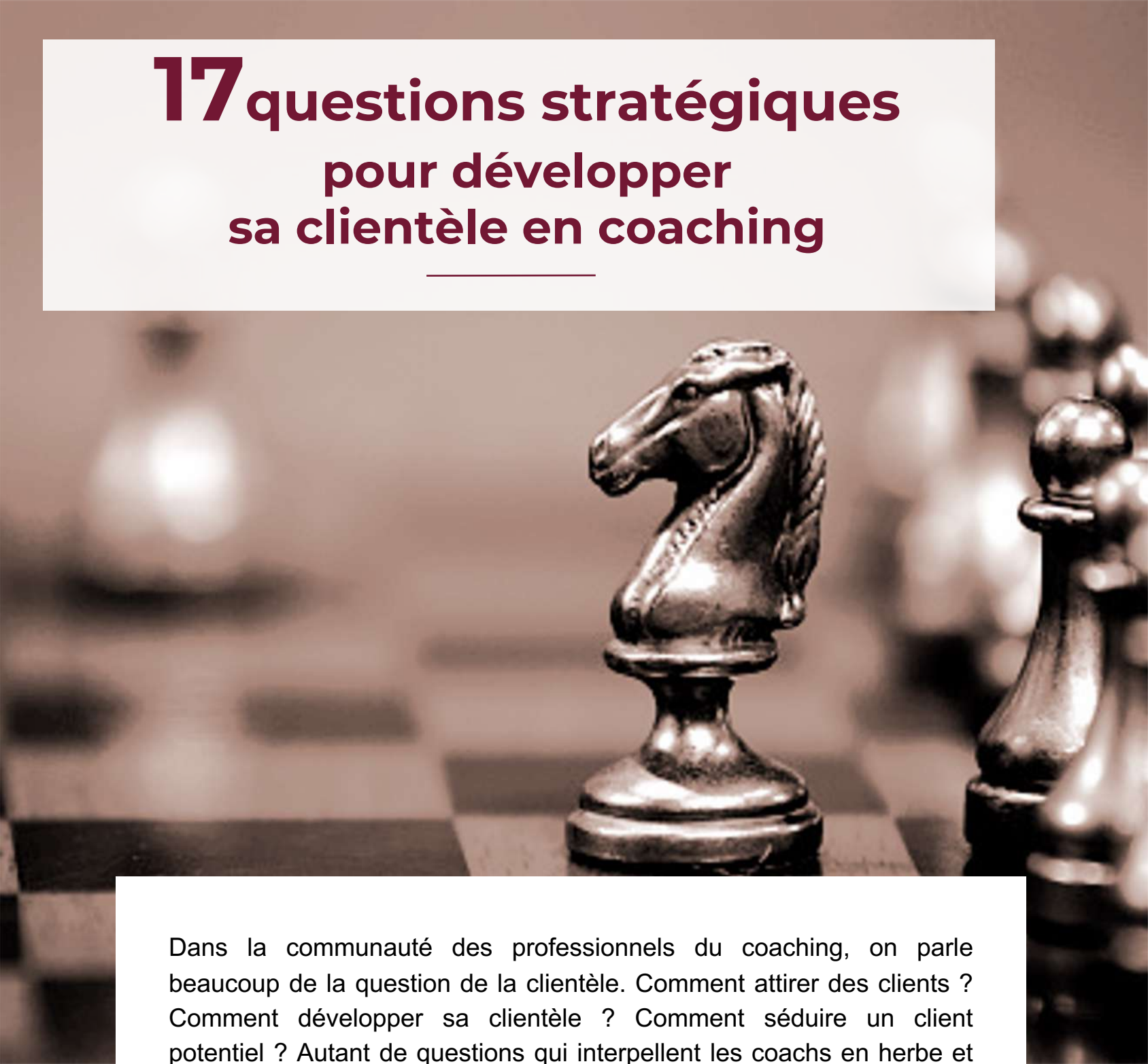
Sêssi Hounkanrin, PCC



sommet**francophone**ducoaching.com



17 questions stratégiques pour développer sa clientèle en coaching



Dans la communauté des professionnels du coaching, on parle beaucoup de la question de la clientèle. Comment attirer des clients ? Comment développer sa clientèle ? Comment séduire un client potentiel ? Autant de questions qui interpellent les coachs en herbe et ceux déjà établis. C'est pourquoi dans cet article, vous trouverez 17 questions stratégiques pour développer votre clientèle. Ces questions portent sur tous les aspects de votre stratégie marketing pour vous permettre une première approche percutante.

Elles sont divisées en 3 grandes catégories :

1. Questions qui permettent d'augmenter le nombre de prospects (nombre de clients potentiels) ;
2. Questions qui permettent d'augmenter le taux de conversion ;
3. Questions qui permettent d'augmenter le volume de vente ;

QUESTIONS QUI PERMETTENT D'AUGMENTER LE NOMBRE DE PROSPECTS (NOMBRE DE CLIENTS POTENTIELS)

1 - QU'EST CE QUI M'A POUSSÉ À DÉMARRER MON ACTIVITÉ (MOTIVATIONS, CIRCONSTANCES, ETC.) ?

Il est toujours important de se rappeler pourquoi nous faisons les choses. Vous avez probablement plusieurs facteurs de motivation professionnels et personnels. Prenez le temps de réfléchir aux facteurs de motivation les plus pertinents pour vous.

Se rappeler du pourquoi vous faites les choses aide toujours à traverser les périodes difficiles.

2 - LORSQUE J'AI DÉMARRÉ, D'OÙ VENAIENT MES CLIENTS (J'AI EMPLOYÉ QUEL PROCESSUS, QUELLE MÉTHODE OU ACTION) ?

Comment avez-vous procédé à votre lancement ? Avez-vous cherché à obtenir des clients par le bouche à oreille, avez-vous fait des réunions de présentation, écrit des articles dans la presse ou utilisé les réseaux sociaux ? Identifiez les sources les plus efficaces pour vous et optimisez les.

3 - A QUEL POINT EST-CE QUE JE TESTE DIVERS ASPECTS DE MES ACTIONS MARKETING ET COMMERCIALES POUR M'ASSURER QU'ELLES M'APPORTENT LES RÉSULTATS LES PLUS RENTABLES ?

Le test est la meilleure des choses qui puissent vous arriver. Beaucoup d'entrepreneurs prennent des décisions subjectives et arbitraires sans les tester. Ils se disent, je pense que ça ne va pas marcher et ils ne testent pas. Résultat, ils n'ont aucune donnée objective pour prendre des décisions stratégiques.



4 - D'OÙ VIENNENT PRÉCISÉMENT MES CLIENTS (PROFIL SOCIO-DÉMOGRAPHIQUE) ?

Si vous avez réussi à identifier la source de vos clients, ça veut dire que vous avez déjà commencé à segmenter votre clientèle.

Il est primordial d'avoir cette information afin de pouvoir cerner le profil de vos clients. Cela vous permettra de développer des stratégies plus efficaces et plus performantes.

Si vous n'avez pas encore identifié la source de vos clients, il est temps de le faire.

5 - QUI D'AUTRE TIRE PARTI DE MA RÉUSSITE, À L'EXCEPTION DE MES CLIENTS, DE MES EMPLOYÉS ET DES MEMBRES DE MA FAMILLE ?

Autrement, lorsque je ramène un nouveau client à mon entreprise, pour qui d'autre est-ce que j'en génère directement un ?

Vous pouvez vous retrouver avec de nombreux « alliés » qui tirent parti de votre réussite.

Ils se retrouvent là, non pas parce que vous les avez recrutés, mais parce qu'ils sont liés à votre entreprise.

Par exemple en tant que marketeur, à chaque fois que je trouve un client, j'en génère indirectement pour un *webmaster*, un *Community manager* etc.

6 - A QUOI RESSEMBLE BRIÈVEMENT MON PROGRAMME MARKETING (TOUS LES DIFFÉRENTS TYPES DE MARKETING QUE J'EMPLOIE ET EN QUOI ILS SONT LIÉS – MÉDIAS SOCIAUX, LETTRES PUBLICITAIRES / PUBLIPOSTAGE, VENTES DIRECTES, PAGES JAUNES, ANNONCES PUBLICITAIRES, ETC.) ?

En marketing, il y a ce qu'on appelle le principe de cohérence. Votre marketing doit être cohérent avec toutes vos autres actions marketing ainsi que votre positionnement.

Par exemple, une Start up a développé une application à l'endroit des mairies.

Elle a commencé par envoyer des lettres par la poste dans le but de créer un premier contact. Ensuite elle a fait suivre un email en disant qu'ils n'ont pas eu de réponse à leurs lettres.

Elle n'a pas hésité à poursuivre sa démarche par téléphone.

L'ensemble de votre marketing doit répondre à une logique.

7 - QUELLE EST, À CE JOUR, MA PLUS GRANDE RÉUSSITE MARKETING (PROMOTION, CAMPAGNE DE PUBLICITÉ, LETTRE PUBLICITAIRE, ETC.) ?

Expliquez dans quel contexte cette réussite s'inscrit.

Comment votre produit a été découvert et acheté ? Notez les raisons de votre succès.

Expliquez les différentes actions marketing que vous avez mises en place pour atteindre un tel résultat, le niveau de vos ventes, le nombre de prospects atteints et le nombre de clients fidèles générés.

La réponse à cette question vous permet de vous focaliser sur les stratégies gagnantes.

QUESTIONS QUI PERMETTENT D'AUGMENTER LE TAUX DE CONVERSION

8 - A L'ORIGINE, QU'EST CE QUI A POUSSÉ CES CLIENTS À VENIR ACHETER CHEZ MOI ?

Cette question vous aidera par la suite à définir votre argument de vente. Vous pourrez ainsi être plus persuasif, accrocher vos futurs clients et les amener à collaborer avec vous.

9- QU'EST-CE QUI POUSSE ACTUELLEMENT LES CLIENTS À ACHETER CHEZ MOI ?

Formulez en une ou deux phrases la ou les raisons pour lesquelles les clients achètent chez vous. Si vous avez du mal à le trouver, posez la question à vos clients et servez-vous de cela dans votre plan de communication.

Enumérez toutes les raisons pour lesquelles vous êtes vous-même client d'autres entreprises.

Voyez comment adapter cela à votre secteur d'activité.

10 - EST-CE QUE MON ARGUMENT DE VENTE UNIQUE SE RETROUVE TOUJOURS SUR LES PLANS MARKETING ET COMMERCIAL ? SI C'EST LE CAS, COMMENT ? ET SI CE N'EST PAS LE CAS, POURQUOI ?

En fonction des résultats obtenus, modifiez votre argument de vente unique et intégrez-le à votre plan de communication.

11 - QUI SONT MES PLUS GROS CONCURRENTS ET QUE PROPOSENT-ILS QUE JE NE PROPOSE PAS ?

La réponse à cette question vous permet de trouver des produits complémentaires à vos offres. C'est ce qu'on appelle de la vente additionnelle.

12 - QUELLES MESURES EST-CE QUE JE PRENDS POUR COMPENSER L'AVANTAGE QU'ILS ONT SUR MOI ? EST-CE QUE CES MESURES PORTENT LEURS FRUITS ?

Peut-être que vos concurrents disposent de plus de moyens que vous pour faire de la publicité. Pour compenser cela, vous allez renforcer votre présence sur les réseaux en publiant trois à quatre fois par semaine.

13 - QUEL EST LE PRINCIPAL DÉFAUT DE MES CONCURRENTS ET QU'EST CE QUE JE FAIS POUR COMBLER CE VIDE ?

En déterminant le principal défaut de vos concurrents, vous allez en faire une force en le mettant en avant dans votre message de communication.

14 - QUELLES MÉTHODES POURRAIENT ME PERMETTRE DE DIMINUER LES RISQUES LIÉS AUX TRANSACTIONS, LES OBSTACLES OU LES DIFFICULTÉS POUR LES CLIENTS DE FAÇON QUE CES DERNIERS PUISSENT FACILEMENT TRAITER AVEC MOI ?

Faites la liste de toutes les manières qui vous permettent d'offrir une garantie supérieure.

Si vous offrez une garantie solide, non seulement vous vendrez à plus de personnes mais vous augmenterez votre panier moyen.

Un promoteur immobilier garantit que s'il dépasse le budget fixé, il prend en charge les coûts. Avec une telle garantie, il signe beaucoup plus de contrats que ses concurrents.

QUESTIONS QUI PERMETTENT D'AUGMENTER LE VOLUME DE VENTES

15- EST-CE QUE J'AI SUFFISAMMENT DE TÉMOIGNAGES ÉCRITS, AUDIO OU VIDÉO ET COMMENT SONT-ILS UTILISÉS SUR LE PLAN MARKETING ?

Quand vous dites que vos produits et services sont géniaux c'est bien, quand cela est dit par vos clients c'est encore mieux.

Récupérez systématiquement les témoignages clients et utilisez les dans votre communication.

16- EST-CE QUE J'AI DÉJÀ ESSAYÉ DE RELANCER MES ANCIENS CLIENTS ET LES CLIENTS POTENTIELS N'AYANT JAMAIS ACHETÉ CHEZ MOI ?

Comprenez que les clients cessent d'acheter chez vous pour 3 raisons principales.

Soit parce qu'ils vous ont oublié,

Soit parce que leur situation à changé,

Soit parce qu'ils ne sont pas satisfaits.

En ne les recontactant pas, vous perdez sans doute des occasions de saisir de nouvelles opportunités.

17- EST-CE QUE J'ÉCHANGE AVEC D'AUTRES ENTREPRISES MES PRODUITS, SERVICES OU ACTIFS ?

Dans le cadre du lancement de votre produit ou service, vous pouvez très bien demander à une entreprise qui n'est pas en concurrence avec vous mais qui collabore déjà avec les clients que vous visez de promouvoir votre offre.

Vous pouvez également promouvoir les services d'une autre entreprise.

CONCLUSION

Pour être un coach qui se démarque, il est essentiel de savoir écouter son client.

Les 4 piliers que vous devez connaître pour réussir votre business sont :

1. La connaissance et l'analyse de votre marché ;
2. L'analyse de vos concurrents ;
3. La connaissance de vos clients et de ce qui les intéresse ;
4. La création d'une offre qui corresponde aux besoins de vos clients.

A partir du moment où vous avez bien compris ces 4 piliers, vous pouvez commencer à élaborer votre stratégie.

Vous avez désormais toutes les cartes en main pour impacter positivement la vie de milliers de personnes. Vous pouvez désormais transformer votre passion en véritable métier.

Plusieurs personnes ont réussi à créer leur entreprise à partir des rêves et des aspirations qu'elles avaient en tête.

Pour vous, il suffit de les mettre en œuvre.

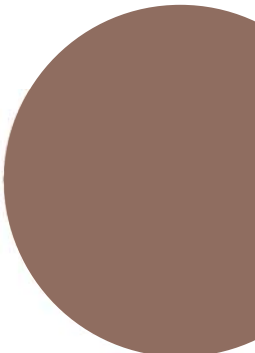
Cheick Sissoko

Expert en communication digitale et marketing



Sèssi Hounkanrin, PCC

*Coach-mentor internationale
Fondatrice de Génération Coaching*



Parole de coach

“

La réussite est notre capacité à obtenir la confiance des autres, mais surtout notre capacité à en prendre soin afin qu'elle s'amplifie et se multiplie.

Yannick Alain



sommet**francophone**ducoaching.com



Ressources de notre Communauté



Livres numériques

[La maîtrise des relations par Serj Taïgba](#)

[Le pouvoir de l'autodiscipline par Serj Taïgba](#)

[Ouvrez-vous à l'abondance par Serj Taïgba](#)

[Le jeu intérieur par Serj Taïgba](#)

[Performance par Serj Taïgba](#)

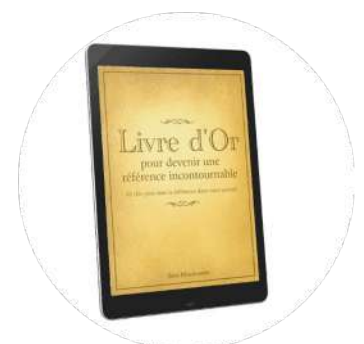
[Mon plan personnel de transition vers l'excellence : Guide d'auto-coaching par Marcellin Gandonou](#)

[Les 7 greniers de la vie par Marcellin Gandonou](#)

[7 étapes simples pour devenir coach professionnel par Sêssi Hounkanrin](#)

[Livre d'or pour devenir une référence incontournable de Sêssi Hounkanrin](#)

[7 erreurs à éviter pour vous démarquer dans votre activité de coaching de Sêssi Hounkanrin](#)



Ressources de notre Communauté (suite)

Coffret Audio

[Kenza : 16 textes d'inspiration pour créer le futur dont vous rêvez par Sêssi Hounkanrin et Joshua Akue](#)



Outils de coaching

[Zenat, jeu de cartes de coaching – Découvrez votre zone d'ombre de Nathalie Sauvé](#)

[Découvrez votre profil Top 5 de talents par Lyne Leclerc](#)

[Découvrez votre profil Top 34 de talents par Lyne Leclerc](#)

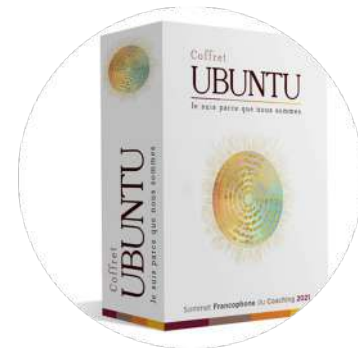
[Profil Nova par S ssi Hounkanrin](#)

Développement continu

[Créer un marketing votre image par Cheick Sissoko et S ssi Hounkanrin](#)

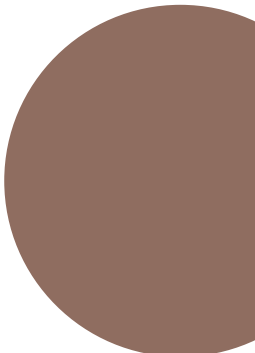
[Coffret Ubuntu 2021 - 1 ère édition du Sommet](#)

[Francophone du Coaching](#)

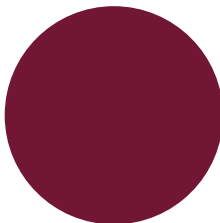


Sommet
Francophone
du **Coaching**

2 me édition virtuelle



Une réalisation de Génération Coaching



generation-coaching.com