IAC Coaching Masteries™ FEUILLE DE NOTES

Coach: _____ Client: _____ Date: _____ Score total: _____

Score:	#1 Etablissement et maintien d'une relation de confiance

Définition
Garantir un environnement sécurisant et une relation de soutien favorisant la croissance, la découverte et la transformation personnelles.

Conséquence(s) observée(s)
1. Le client est ouvert à l'échange dans les deux sens.
2. Le client perçoit que le coach est de son côté.
3. Le client considère la transformation et le développement comme faisables.
4. Le client a des attentes réalistes en ce qui concerne les résultats et les responsabilités du coaching.

Points fondamentaux
1. Respect et acceptation mutuels
2. Donner confiance et rassurer
3. Le client sent qu'il peut parler de ses peurs sans crainte d'être jugé par le coach

Distinctions
- Collaboration vs. coopération
- Acceptation et soutien vs. tolérance
- confiance vs. directivité

Exemples de comportements adéquats Le coach:
1. Pratique l'écoute active.
2. Reconnaît sa propre humanité, ses limites.
3. Est attentif aux indices de peur, de doute. 4. Assure le client qu'il est possible de gérer l'anxiété, les doutes ou les peurs liées à la transformation.
5. Utilise des questions dans le but de mettre à jour des rêves ou espoirs non réalisés.
6. Approfondit ou provoque la réflexion par des questions ciblées auxquelles le client répond en toute ouverture.
7. Est favorable aux suggestions visant de meilleures questions ou une direction nouvelle dans le coaching.
8. Fait preuve d'intégrité en acte et en parole.
9. Fait remarquer les moments où la confiance fait défaut et en discute ouvertement.

Exemples de comportements inadéquats
Le coach:
1. Pose des questions improductives telles que fermées ou orientant vers une réponse.
2. N'invite pas le client à émettre des suggestions.
3. Limite le client et/ou ne l'encourage pas à explorer des options qui seraient plus ambitieuses.
4. Cherche à « paraître » ou à être apprécié.
5. Impose une opinion.
6. Exprime ou sous-entend un jugement.

Eléments de mesure
1. Le client parle facilement de ses inquiétudes ou de ses peurs.
2. Le client réagit favorablement aux questions ou aux remarques qui lui posent un défi.
3. Le client évoque des ambitions ou rêves audacieux, selon le contexte du coaching.
4. Le coach reconnaît ses propres limites quand il le faut.
5. Le client exprime ses émotions librement.
6. Le client est réceptif au coach.

© 2007 International Association of Coaching ®

Remarques:	**Remarques:**	**Remarques:**

© 2007 International Association of Coaching ®

Score:	#2 Perception, renforcement et accroissement du potentiel du client

Définition

Le coach identifie et aide le client à se rendre compte de ses points forts et de son potentiel.

Conséquence(s) observée(s)

1. **Le client a une meilleure appréciation de ses capacités et de son potentiel.**
2. **Le client est plus disposé à dépasser ses paradigmes ou ses stratégies habituels.**

Points fondamentaux

1. **Etre en empathie avec le client.**
2. **Voir un éventail plus grand de possibilités.**
3. **Encourager le client, le rendre plus fort.**
4. **Mettre en doute les croyances limitantes.**
5. **Déceler les points forts du client et être conscient de là où ils soutiennent les buts personnels ou d'entreprise (là où c'est approprié).**

Distinctions

- **Croire vs. juger**
- **Rendre capable vs. pousser**
- **Développer vs. être en fil tendu**

Exemples de comportements adéquats **Le coach:**

1. **Offre des encouragements sincères.**
2. **Croit en son client, le dit et le démontre.**
3. **Montre qu'il est engagé dans la réussite de son client.**
4. **Offre des retours positifs et spécifiques sur les comportements et les réalisations du client.**
5. **Rappelle au client ses capacités, ses points forts, ses talents, son savoir et son expérience.**
6. **Va toucher le client là où se trouve son plus grand potentiel.**
7. **S'appuie sur le désir du client de léguer une œuvre, le cas échéant.**
8. **Etablit un lien entre le potentiel du client et les opportunités ou ressources possibles dans l'entreprise (ou l'organisation) à laquelle appartient ce dernier.**

Exemples de comportements inadéquats

Le coach:

1. **Prodigue des bravos qui n'ont pas lieu d'être ou fait preuve d'un enthousiasme excessif ou artificiel.**
2. **Accepte les hypothèses, les limites et les obstacles perçus par le client plutôt que de les questionner.**
3. **Défie le client au-delà de ses capacités au point d'en devenir décourageant.**
4. **Impose son propre programme sous couvert de soutien.**
5. **Manipule le client.**
6. **Dit au client qu'il a tort.**
7. **Crée ou encourage une dépendance de la part du client.**
8. **Oriente le client vers des actions culturellement impropres.**
9. **Ne démontre pas qu'il a foi en son client.**

Eléments de mesure

1. **Le client ne se sent plus freiné mais il est passionné et en mouvement, en train de décrire et de planifier des actions.**
2. **Le coach encourage le client à plus agir en dehors de sa zone de confort, lorsque c'est approprié.**
3. **Le client assume son pouvoir et accepte ses responsabilités.**
4. **Le client est motivé à agir et va au bout de ce qu'il s'est fixé.**
5. **Le coach touche et met en avant le plus grand potentiel du client.**
6. **Le client reconnaît lui-même son potentiel.**
7. **Le client se sent validé et compris.**
8. **Le client prend conscience des pensées, des croyances et des comportements limitants.**

© 2007 International Association of Coaching ®

Remarques:	Remarques:	Remarques:

© 2007 International Association of Coaching ®

Score:	#3 Ecoute engagée

Définition

Etre entièrement présent aux mots, aux nuances et aux non-dits de la communication. Le coach a une conscience plus profonde des préoccupations du client et de la source du problème, grâce à une écoute au-delà de ce que le client est en mesure d'exprimer.

Conséquence(s) observable(s)

1 Le client se sent compris et validé ; pas jugé.

2 Le client communique plus naturellement et avec plus d'ingéniosité.

Points fondamentaux

1. Le coach se concentre sur ce qui est exprimé à la fois verbalement et non verbalement.
2. Le coach écoute au-delà de ce qui est dit.
3. Le coach est conscient des divergences entre ce que le client dit (ses mots) et son comportement ou ses émotion(s).

Distinctions

- Etre à l'écoute vs. écouter
- Etre conscient de vs. anticiper
- Laisser venir vs. conduire

Exemples de comportements adéquats Le coach:

1. Est silencieux ou apporte une réplique minimale de manière à donner au client le temps de réfléchir ou de répondre.
2. Est sensible aux nuances dans les messages du client.
3. Consolide les messages du client en lui donnant l'occasion d'examiner ce qu'il a dit.
4. Identifie les divergences entre ce que le client dit (ses mots) et son comportement ou ses émotions.
5. Se base sur les besoins et les préoccupations du client pour discerner la méthode de coaching à utiliser.

Exemples de comportements inadéquats Le coach :

1. Interrompt le client de façon peu opportune ou bien parle en même temps que lui.
2. Ne permet pas un silence productif et par exemple reprend la parole dès que le client a fini de parler.
3. Laisse échapper les points les plus profonds de la communication.
4. Passe à côté de quelque chose d'important.
5. Utilise une approche générique et stéréotypée plutôt que de moduler son approche de coaching selon les besoins du client.
6. Se concentre sur ce qu'il veut dire plutôt que d'écouter le client à différents niveaux.

Eléments de mesure

1. Le ton et les idées du client deviennent plus spontanés, plus aisés et plus fluides.
2. Le client dispose d'un temps suffisant pour assimiler ou intégrer ses pensées et ses découvertes.
3. Le coach vérifie ses hypothèses sur le non dit de la communication du client, selon que c'est approprié.
4. Le client confirme les observations du coach sur le non dit de sa communication.
5. Le coach utilise le silence aux bons moments et d'une bonne durée.

Le coach ne conduit pas le client dans une direction particulière.

© 2007 International Association of Coaching ®

Remarques:	Remarques:	Remarques:

© 2007 International Association of Coaching ®

Score:	#4 Travail dans le présent		
Définition **En concentrant son attention totalement sur le client, le coach reçoit les informations aux niveaux du mental, du corps et/ou du cœur (ou esprit), selon le cas. Lorsque c'est opportun, il augmente la conscience du client sur comment faire l'expérience des pensées ou des problèmes à ces différents niveaux. Le coach s'appuie sur ce qui se passe dans la séance (comportement du client, schémas, émotions et relation coach/client ou autre) pour accompagner le client vers une plus grande conscience de soi et une action positive appropriée.**	**Conséquence(s) observable(s)** 1. **Le client a la liberté d'exprimer et de s'engager dans la réalité du moment.** 2. **Le client n'est pas embarrassé par des préoccupations ou par des soucis du passé ou du futur.** 3. **Le client bénéficie des idées et du soutien du coaching à tous niveaux.** 4. **Le coach est en résonance avec les messages subtils provenant du client.**	**Points fondamentaux** 1. **Le coach a conscience des différentes dynamiques à l'oeuvre dans la séance. Qu'elles soient internes au client et qu'elles s'établissent entre le coach et le client, il comprend comment elles influencent le client et le coaching.** 2. **Le coach a une conscience simultanée et holistique de tous les niveaux de la communication du client.** 3. **Le coach est capable de discerner si le client communique à partir du passé, du présent ou du futur.** 4. **Le coach donne l'occasion au client d'assimiler et de clarifier les questions et remarques du coach.** **Le coach donne l'occasion au client de s'imprégner de ses propres pensées et réponses.**	**Distinctions** • **Réponses en conscience vs. réactions conditionnées.** • **Ici et maintenant vs. passé ou futur.** • **Se mettre en résonance vs. être vigilant.**

© 2007 International Association of Coaching ®

Exemples de comportements adéquats Le coach:	Exemples de comportements inadéquats Le coach :	Eléments de mesure
1. Utilise ce qui se passe dans la séance ou entre le coach et le client comme une occasion d'apprendre ou de découvrir quelque chose. 2. Echange avec le client ce qu'il remarque, réalise ou ressent quand cela pourrait être utile à ce dernier. 3. Reste ouvert à la perspective du client. 4. Maintient la connexion tout en faisant attention aux thèmes et aux schémas. 5. Pose des questions et propose des observations à différents niveaux, selon la situation. 6. Laisse des moments de silence, pour lui et pour le client, afin de laisser venir des moyens de connaissance plus subtils. 7. Demande l'avis du client sur des pensées, des ressentis et des intuitions. 8. S'enquiert de ce que le client ressent dans son corps, si cela est approprié pour ce client. 9. Aide le client à prendre conscience d'autres niveaux de connaissance.	1. Ne s'adresse pas au niveau auquel le client a besoin de coaching. 2. Dit quelque chose qui, de toute évidence, n'a pas de rapport ou est contre-productif. 3. Met en avant ses propres points de vue ou intentions. 4. Ne tient pas compte ou n'évoque pas les comportements contre-productifs quand ils se produisent pendant la séance de coaching. 5. N'aborde pas les schémas de pensée fondamentaux, comportement ou expression quand ils se produisent dans la session. 5. N'est pas conscient de la manière dont son propre comportement influence le coaching ou le client.	1. Le coach démontre qu'il est conscient des multiples niveaux d'expression de son client, le cas échéant. 2. Le coach reste enjoué et apprécie le processus de coaching. 3. La conversation de coaching laisse apparaître que le coach et le client s'accordent des moments de silence utiles. 4. Le coach est attentif aux intentions et aux besoins du client. 5. Le coach, selon que c'est approprié, aide le client à déterminer et exprimer son point de vue aux niveaux du mental, du corps, et de l'esprit. 6. Le coach partage son point de vue avec le client sans essayer de le persuader. 7. Le coach donne l'exemple de la valeur qu'il y a à étendre ses niveaux de conscience, selon que c'est approprié. 8. Le coach aide le client à s'engager dans la réalité présente, dans ce qui est en train de se passer dans l'instant.
10. Partage ses intuitions et théories avec légèreté. 11. Suggère au client des moyens possibles pour accéder à « une connaissance intérieure » et comment utiliser le corps en tant que source de sagesse ou en tant que pierre de touche aidant aux décisions. 12. Interrompt pour recentrer le client quand nécessaire (par exemple quand le client est pris dans le récit d'une histoire ou qu'il parle de choses qui n'ont rien à voir.)		9. Le coach se sert efficacement de la relation de coaching ou de la session comme d'un outil de coaching.

© 2007 International Association of Coaching ®

Remarques:	Remarques:	Remarques:

Score:	#5 Expression		
Définition L'attention et la conscience accordées par le coach à sa façon de communiquer un engagement, une direction, une intention et des idées, ainsi que l'efficacité de cette communication.	**Conséquence(s) observable(s)** 1. La qualité de l'interaction de coaching est améliorée du fait que le client se sent bien et en confiance. 2. Le client est ouvert à comprendre ou à questionner toute communication venant du coach.	**Points fondamentaux** 1. Respect. 2. Prévenance. 3. Centré sur le client. 4. Clarté. 5. Justesse et à propos.	**Distinctions** • Communication « pour » le client vs. communication « au » client. • Donner place au « comment » de la communication vs. le « quoi » de la communication c'est-à-dire la manière dont le coach transmet son soutien et ses encouragements vs. se reposer sur les mots seuls pour l'expression.

© 2007 International Association of Coaching ®

Exemples de comportements adéquats Le coach:	Exemples de comportements inadéquats Le coach :	Eléments de mesure
1. Centre son attention sur le client. 2. Etablit et maintient un rapport par des communications adaptées. 3. Utilise efficacement des compétences verbales et non verbales. 4. Parle dans l'intérêt du client en étant attentif, clair et concis. 5. Parle avec franchise tout en étant sensible aux circonstances et à l'humeur du client. 6. Invite son client à participer activement, à se révéler et à exprimer ses émotions. 7. Se sert du rythme et de l'énergie efficacement. 8. Donne l'exemple de limites fixées convenablement dans ses communications écrites et verbales.	1. Est préoccupé par lui-même (en fait trop, est centré sur lui-même plutôt que sur le client, n'est pas pleinement présent et engagé, fait des interruptions inappropriées). 2. Utilise un rythme d'expression non adapté à l'énergie de la séance (par exemple trop pressé ou trop lent). 3. N'arrive pas à dire ce qu'il veut dire (par exemple, il parle beaucoup mais ne dit pas grand-chose ; le client ne comprend pas le vocabulaire, les références et les métaphores ; ce que le coach dit n'est pas convainquant). 4. Communique de façon inauthentique ou n'est pas en phase avec les mots et le ton du client. 5. A des traits de langage gênants (manières ou « tics » verbaux qui interrompent ou interfèrent avec le processus de pensée ou d'expression du client). 6. Introduit le rire ou l'humour à mauvais escient ou au mauvais moment.	1. L'échange entre le coach et le client est libre et chaleureux. 2. La manière de communiquer du coach agit comme un tremplin pour le client, vers plus d'ouverture dans le discours et le résultat positif.
Remarques:	**Remarques:**	**Remarques:**

© 2007 International Association of Coaching ®

Score:	#6 Clarification

Définition

Réduire voire éliminer la confusion ou l'incertitude. Accroître le discernement et la confiance du client.

Conséquence(s) observable(s)

1. Le client et le coach avancent dans une voie plus précise.
2. Les possibilités sont accrues.
3. L'incertitude diminue.
4. L'inconnu se révèle.

Points fondamentaux

1. Identifier les problématiques les plus importantes tout en respectant les préférences et les limites du client.
2. Pas de jugement de la part du coach, pas de guidage vers une destination particulière.
3. Identifier les valeurs et les besoins fondamentaux.
4. Faciliter l'alignement entre le but, la vision et la mission.
5. Identifier ce qui bloque le progrès.

Distinctions

- Source vs. symptôme.
- Simple vs. compliqué.
- Discerner vs. résoudre.

Exemples de comportements adéquats Le coach :

1. Fait ou communique des distinctions.
2. Pose des questions comprenant l'utilisation de la conjonction « ou » (pour permettre de distinguer deux choses proches en les mettant en contraste).
3. Fait des associations avec quelque chose que le client connaît ou a déjà expérimenté.
4. Identifie des schémas.
5. Pose des questions ouvertes.
6. Enonce des choses qui éclairent la compréhension du client.
7. Sert de miroir et reformule.
8. Expose ce qui est perçu.

Exemples de comportements inadéquats Le coach :

1. Laisse passer ou ignore le plus important.
2. Fait des suppositions.
3. Entre ou se laisse distraire par la confusion et la désorganisation du client.
4. Pose des questions qui expriment un parti pris ou orientent vers une réponse.
5. Pose des questions fermées.
6. Ne pose pas du tout de questions.
7. N'aborde pas un sujet que manifestement le client évite ou minimise.
8. Cherche à élucider un symptôme plutôt que de chercher la cause de la problématique.

Eléments de mesure

1. La ou les questions les plus importantes pour le client sont identifiées et traitées.
2. Le client se sent compris.
3. Le niveau d'énergie du client est accru.
4. Le regard du client sur la situation a changé, permettant de :
   a. mieux se concentrer.
   b. gagner en clarté et réduire l'incertitude ou la confusion.
   c. avoir accès à des informations auparavant non connues.
   d. accéder à de nouvelles possibilités telles que des pensées, des actions ou des significations.
5. Le client a une meilleure conscience de luimême ou peut se voir à partir d'une perspective nouvelle.

© 2007 International Association of Coaching ®

Remarques:	Remarques:	Remarques:

© 2007 International Association of Coaching ®

Score:	#7 Aider le client à fixer et à garder des intentions claires

Définition

Aide le client à devenir centré, à le rester et à agir en direction des buts qu'il vise.

Conséquence(s) observable(s)

1. Le client se sent fort.
2. Le client sait avec certitude ce qu'il/elle veut atteindre ou transformer.
3. Le client se sent inspiré par les perspectives.
4. Le client avance avec détermination.

Points fondamentaux

1. S'enquérir des intentions et des buts du client.
2. Rester attentif à ce qui est le plus important.
3. Clarifier la direction de progrès.
4. Périodiquement revoir, réviser et/ou célébrer le processus et les intentions.

Distinctions

- Transformer vs. changer
- Progrès vs. mouvement

Exemples de comportements adéquats Le coach:

1. Clarifie constamment ce que le client à en tête.
2. Perçoit ce qui est important pour le client.
3. Pose des questions qui révèlent les intentions du client.
4. Ramène le client à ce qui est important.
5. Reformule les intentions du client d'une manière qui ajoute de la valeur.
6. Vérifie les intentions et les présupposés du client tout en respectant ses buts et préférences.
7. Propose des ressources susceptibles d'aider le client à clarifier ses intentions (telles que modèles, outils, livres, tests d'évaluations divers).
8. Perçoit, s'enquiert, et répond aux besoins et aux désirs changeants du client.
9. Fait correspondre les points ou intentions travaillées en coaching avec les valeurs du client.
10. Comprend la manière dont les valeurs et les croyances du client soutiennent ses intentions.

Exemples de comportements inadéquats Le coach :

1. Pousse le client vers des buts exprimés alors qu'ils ne sont plus d'actualité.
2. Avance alors que les intentions ne sont pas claires.
3. Influence de manière inappropriée ou a besoin que le client suive son idée ou sa méthode.
4. Anticipe les besoins du client.
5. Suit le client dans des tangentes qui l'éloignent du but fixé.

Eléments de mesure

1. Le client a plus d'enthousiasme ou de confiance en l'avenir.
2. Le client a plus d'enthousiasme ou de confiance dans le présent.
3. Le client est d'accord pour prendre plus de responsabilités.
4. Le client fait une prise de conscience qui le libère d'un obstacle du mental.
5. Le client s'engage et s'enthousiasme à propos d'une nouvelle direction, d'un renouveau dans son engagement, de compétences ou de stratégies ou bien d'une nouvelle approche.

© 2007 International Association of Coaching ®

Remarques:	Remarques:	Remarques:

Score:	#8 Ouverture à ce qui est possible		
Définition Créer un espace propice à l'émergence d'idées, de choix et d'opportunités.	**Conséquence(s) observable(s)** 1. Le coach favorise un élargissement des pensées et des actions. 2. Le client a une conscience plus grande. 3. Le coach aide le client à transcender les obstacles. 4. Le client est d'accord pour quitter une zone de confort qui lui est familière. 5. Le client a plus de choix.	**Points fondamentaux** 1. Confiance, ouverture, curiosité, courage et reconnaissance du potentiel. 2. Le coach et le client communiquent à travers l'exploration et la découverte. 3. Identification de possibilités « intérieures » (par exemple grandeur personnelle, but plus élevé) et de possibilités « extérieures » (ressources, éléments culturels). 4. Les possibilités sont générées par le coach, par le client ou par la collaboration des deux.	**Distinctions** • Garder « l'esprit du débutant » vs. imposer une expertise • Créatif vs. normatif • Expansion vs. résolution

© 2007 International Association of Coaching ®

Exemples de comportements adéquats Le coach :	Exemples de comportements inadéquats Le coach :	Eléments de mesure
1. Utilise les outils et les techniques appropriés pour créer un environnement qui élargit et ouvre ce qui est possible. 2. Fait appel à une variété de scénarios, de circonstances et de cultures pour étendre les choix du client. 3. Pose des questions pour stimuler le processus de la découverte. 4. Minimise les effets de la pensée conditionnée. 5. Fait du brainstorming avec le client, une fois identifiée la direction appropriée d'action et de	1. Est attaché à un cadre ou à un processus particulier. 2. Cherche un résultat ou une réponse particulière. 3. Est pressé de trouver une solution. 4. Souscrit aux limitations perçues par le client. 5. Pose trop de questions ou des questions exprimant un parti pris. 6. Permet à « l'histoire » du client de limiter l'exploration des possibles.	1. La conversation se tourne vers des domaines nouveaux et possiblement sans rapport. 2. Le client a un aperçu qui le surprend luimême. 3. Le client est réceptif et reconnaît que le développement, l'aide ou d'autres idées sont possibles. 4. Le coach suggère de nouvelles possibilités. 5. Le client suggère de nouvelles possibilités. 6. Le client manifeste soit un enthousiasme sincère pour les nouvelles possibilités, soit
progrès. 6. Aide le client à voir ses possibilités à partir d'une perspective plus large. 7. Provoque le client quand c'est nécessaire, pour encourager son ouverture d'esprit. 8. Reste ouvert aux possibilités, même lorsque le client résiste. 9. Est ouvert à l'émergence de ce qui n'est pas connu. 10. Encourage le client à explorer les options les plus ambitieuses.		une bonne réceptivité à la démarche.
Remarques:	**Remarques:**	**Remarques:**

Score:	#9 Aider le client à créer et à s'appuyer sur des systèmes et des structures

© 2007 International Association of Coaching ®

Définition

Aide le client à identifier et à construire les relations, les outils, les systèmes et les structures dont il a besoin pour avancer et continuer de progresser.

Conséquence(s) observable(s) Le client avance avec un sentiment de confiance et de sécurité car il sait que les ressources sont disponibles ou qu'elles peuvent être créées.

Points fondamentaux

1. Le coach suggère des exemples de systèmes et de structures d'appui qui correspondent aux besoins du client.
2. Le coach incite le client à identifier les systèmes et les structures qui sont à sa disposition mais qu'il n'utilise pas efficacement.
3. Le coach aide le client à identifier les domaines dans lesquels il sent qu'il a besoin de soutien et de structure.
4. Le client comprend la valeur que des systèmes de soutien appropriés peuvent apporter.
5. La progression du client vers ses buts ou intentions est plus continue.

Distinctions

- Structures de soutien vs. processus contraignants.
- Complémentarité vs. chevauchement.
- Amélioration vs. surcharge

Exemples de comportements adéquats

Le coach:

1. Suggère des ressources et des références pertinentes.
2. Aide à identifier des systèmes potentiellement utiles et sollicite un retour du client à propos de ses recherches, de ses évaluations et des mises en oeuvre possibles de systèmes ou de structures.
3. Est réceptif à des propositions pour des systèmes et des structures de soutien complémentaires.
4. Cherche activement à identifier des moyens d'augmenter la capacité à travers des systèmes et des structures.
5. Aide le client à considérer la viabilité des systèmes et des structures.
6. N'a pas d'attachement quant à l'accueil que le client manifeste à une ressource, un système ou une structure.
7. Met à jour et s'appuie sur les valeurs ou le sens d'identité du client pour s'assurer de la viabilité.
8. Aligne les points travaillés en coaching avec les valeurs et la culture du client.

Exemples de comportements adéquats

Le coach:

1. Recommande des ressources, des systèmes ou des structures sans avoir d'abord identifié les besoins du client.
2. Recommande des ressources inadaptées à la particularité d'un client pour quelque raison que ce soit : financière, culturelle, organisationnelle, liée à sa personnalité ou à son éducation.
3. Cherche à imposer les systèmes et les structures qu'il préfère.
4. Ne tient pas compte des suggestions du client en matière de systèmes, de ressources ou de structures possibles.
5. N'encourage pas ou ne propose pas de systèmes ou de structures alors que cela serait adapté au client.
6. Ne soutient pas activement le client dans son utilisation des systèmes et des structures qui ont été identifiés.
7. N'évoque pas la question de la viabilité des systèmes et des structures qui ont été identifiés.
8. Utilise comme seule structure le fait de « rendre compte de ses actions au coach », comme par exemple faire un

Eléments de mesure

1. La créativité du coach est destinée à aider le client à concevoir des systèmes de soutien et des structures, sans attachement au fait que le client adopte ou non les idées.
2. Le client convient de ressources non précédemment identifiées.
3. Le client montre qu'il apprécie ou qu'il comprend la valeur de tels systèmes ou de telles structures, d'en utiliser certains qui existent déjà ou bien d'en créer de nouveaux.
4. Le client prend la responsabilité d'utiliser, de trouver ou de créer des ressources.
5. Le client témoigne que cette nouvelle appréciation et sens des responsabilités l'aident à se sentir fort et à s'assumer.
6. Le coach aborde la question de la viabilité des systèmes et des structures proposées.
7. Le coach peut faire la différence entre une chose à faire et un système visant le soutien.

© 2007 International Association of Coaching ®

	rapport sur les progrès. 9. **Donne des choses à faire plutôt que de concevoir des systèmes et des structures.**	
Remarques:	**Remarques:**	**Remarques:**

© 2007 International Association of Coaching ®