

## **Traduction de l'article**

### **«Donnez-vous des conseils à vos clients ?»**

Votre client en coaching explore les options concernant un dilemme.  
Il vous demande de but en blanc :  
*«Alors, que pensez-vous que je devrais faire ?»*

Ci-dessous quelques réponses possibles à partir de différents points de vue :

- les neurosciences
- l'éthique de coaching
- un double rôle
- la responsabilité

### **ENGAGER LE CERVEAU ENTIER**

En tant que coachs, nous croyons que les clients ont leurs propres réponses et le rôle du coach est de créer un espace pour que la sagesse du client puisse émerger.

Donner des conseils porte atteinte à l'autonomie du client. Quand un coach donne des conseils, le client détient moins la solution. Sans cette propriété, il y a moins de responsabilités.

La recherche en 2009 sur la relation entre les conseils financiers et la prise de décision par Jan B. Engelmann, C. Monica Capra, Charles Noussair et Gregory S. Berns, illustre que le cerveau «décharge» alors qu'il est en train de prendre conseil. Le cerveau va dans des conseils neutres et le réel n'est pas intégré dans le néocortex tandis que le conseil est donné.

En conséquence, l'appropriation pourrait se produire plus tard ou ne pas se produire du tout. En tant que coachs, nous voulons que les cerveaux de nos clients soient pleinement engagés !

En donnant des conseils, nous sollicitons principalement les parties rationnelles du cerveau. Cependant, pour engager pleinement le client, les parties émotionnelles et sensorielles du cerveau devraient également être impliquées dans le processus de prise de décision.



Sans un cerveau pleinement engagé, la probabilité que le client prenne une décision contraire à l'éthique augmente considérablement.

Comme professionnel, vous pourriez fonctionner en tant que coach, une personne ou un expert. Lorsque vous avez une expertise dans un domaine particulier et que l'on sollicite votre avis, vous pouvez faire des observations générales sans donner des conseils spécifiques au client.

Par exemple, Dalia Nakar, PCC, coach à la retraite, commente :

*«Voici comment je l'ai vu faire avant.»*

*«J'ai constaté que les gens peuvent... et le résultat est positif.»*

*«Je suis conscient que, parfois, certaines personnes font de cette façon et d'autres... de cette façon.»*

*Continuez à en faire une expérience d'apprentissage dans laquelle le client peut prendre conscience et se prendre en charge. Par exemple, vous pourriez demander : «Qu'est-ce que cela vous révèle le fait que vous ne saviez pas avant ?» ou «Comment cette information (ou perspective) est-elle utile pour vous ?»*

## **NAVIGUER ENTRE DEUX RÔLES : RH ET COACH INTERNE, CONSULTANT ET COACH...**

En tant que coachs professionnels, nous devrions nous demander si donner un avis à un client provient d'une motivation à servir les meilleurs intérêts du client ou pour satisfaire notre propre ego.

Tout le monde aime se sentir respecté pour avoir donné un avis utile, et rien, dans le Code déontologique de l'ICF, ne dit expressément que vous ne pouvez pas donner des conseils aux clients.

Toutefois, le Code déontologique de l'ICF vous demande de vérifier les conflits relationnels qui résultent des deux rôles. Il est inapproprié, déroutant et peut même être contraire à l'éthique de changer de rôle au cours d'une conversation de coaching. Les gens dans les deux rôles doivent accorder plus d'attention au partenariat pour assurer des limites claires.



## Dilemme : Franck

Dilemme : Frank travaille comme coach interne et manager des ressources humaines. Il vient d'être informé que sa société envisage de licencier certaines personnes dans quelques mois et quelques licenciements incluent ses clients.

- Est-ce que Frank porte son chapeau de coach ou son chapeau de RH ?
- Doit-il se retirer en tant que coach ?
- Quel est le protocole de son entreprise pour ce conflit ?

Même si vous, en tant que coach, vous êtes clair avec vos 2 rôles, il peut être source de confusion pour le client. Le rôle que vous jouez doit toujours être clair pour le client.

Si votre client demande vos recommandations, pensez à le ou la remercier d'être intéressé(e) par votre opinion. Expliquez qu'en tant que coach, vous ne donnez pas de conseil.

Aider le client à explorer les ressources dans le partenariat d'une «conversation de remue-méninges» pour produire une liste des moyens de procéder et les types de personnes qui peuvent offrir ce qui est nécessaire.

Cette liste peut également vous inclure comme un profane ou un expert. Si vous acceptez de donner votre avis en tant que profane ou expert, ayez cette conversation dans un endroit différent et à un moment différent de celui de la session de coaching. Soyez très clair sur le fait que vous répondez en tant que personne physique, non en tant que coach professionnel.



## Exemple : Sophia

Sophia, administrateur public, a déclaré à son coach qu'elle a eu une réunion très importante qui décidera du sort de son programme. Elle savait que son coach avait été un manager et avait donné des cours de réunion stratégique. Elle a donc demandé quelques conseils stratégiques.

Le coach de Sophia a proposé ces trois étapes :

- 1) D'abord, il serait son coach au sujet de cette situation.
- 2) Une semaine plus tard, lors d'une réunion séparée, il serait présent comme consultant et il fournirait des conseils. Cette réunion de conseil serait régie par un nouveau contrat, distinct de la convention de coaching.
- 3) Il demanderait à Sophia d'évaluer la différence entre les deux réunions en termes de valeur et d'efficacité à court et à long terme.

Sophia a accepté de prendre ces mesures, et elle a indiqué que le temps le plus utile était celui lorsqu'elle a été coachée. Elle a dit : *« J'ai appris à penser par moi-même sur les questions qui étaient importantes pour moi. J'ai appris l'importance d'inclure les autres dans mes dilemmes. À long terme, le coaching était certainement plus utile que la consultation. »*



## Dilemme : Marcella

Marcella, planificateur financier et coach certifiée, coachait Anne, qui avait mis l'accent sur le fait d'assumer la responsabilité de sa gestion financière. La conversation évolua vers la faisabilité de l'investissement socialement responsable. Anne a demandé à Marcella quelle entreprise était solide pour réaliser des investissements socialement responsables.

Quelques semaines plus tard, Marcella et Anne se sont réunies dans le but d'échanger des informations sur les investissements financiers.

Après que Marcella ait partagé ses suggestions, Anne a suivi son conseil en investissement et a perdu de l'argent.

Anne va-t-elle se rappeler que c'est Marcella la coach qui lui a donné l'information ou Marcella la conseillère financière ?

Donner des conseils peut ne pas faire partie de notre travail mais cela fait partie de l'idée fautive et du mythe que le coach est aussi un consultant. Si vous donnez des conseils ou votre opinion, assurez-vous d'explorer la façon dont il correspond aux valeurs, aux hypothèses et aux perspectives de votre client. Ne vous contentez pas d'indiquer vos conseils. Réfléchissez si votre motivation à donner des conseils reflète votre besoin de lui en donner ou le besoin du client de les entendre.

Assurez-vous que si le client choisit d'agir, les «tripes et le cœur» ont été inclus dans les considérations, pas seulement la tête.



## UNE NOTE SUR LA RESPONSABILITÉ

Même si vous faites de votre mieux pour être clair lorsque vous ne répondez pas en tant que coach, les souvenirs et les perceptions du client peuvent encore se déformer.

Soyez conscient que lorsque vous répondez en tant que professionnel, vous assumez la responsabilité.

Même si un client perçoit que vous avez donné des conseils, peu importe si vous l'avez fait ou non, il peut vous tenir responsable pour toute action qu'il prend.

Votre travail consiste à aider la prise de conscience et la responsabilité. Donc, la prochaine fois que votre client dit : «*Que pensez-vous que je devrais faire ?*» Arrêtez-vous et réfléchissez avant de répondre.

**Teri-E Belf, Coach MCC**, a été un leader légitime en coaching depuis 1987, offrant un coaching personnel et professionnel, la formation des coachs et de mentorat sur les cinq continents. Elle est la fondatrice et directrice pour le succès illimité Network®, qui offre une formation spécifique au coach ICF certifié enracinée dans le but de la vie et de la spiritualité. Elle est l'auteure de :

«Coaching avec Spirit» – Pfeiffer, 2007 et «Faciliter la vie but» – Tenace Press, 2005 et co-auteure, avec Charlotte Ward, de «Simply Live it Up» – Édition révisée, Tenace Press, 1997.

Teri-E a initié et a présidé la première accréditation ICF, Credentialing et Comité de formation continue, qui a établi les bases de la profession de coach.

coach@belf.org www.belfcoach.com et [www.wrinklewisdom.com](http://www.wrinklewisdom.com)



**Michael Marx, Ed.D., Coach PCC**, se spécialise dans la direction, les affaires et la vie des coachs, et se consacre à l'avancement de l'industrie du coaching, en mettant l'accent sur l'éthique de la pratique de coaching. Son enthousiasme pour le sujet l'a amené à écrire les prochaines éthiques et de gestion des risques pour les coachs Christian (Christian Coach Media Group). Il dirige également la Communauté éthique de l'ICF de pratique. Michael est un coach de vie professionnel certifié par l'Institut Christian Coaching professionnel où il enseigne aujourd'hui l'éthique. Il est un professionnel Coach Christian certifié par les coachs chrétiens réseau international, et est actuellement président de cette organisation. Michael a obtenu un doctorat en éducation des adultes de l'Université Regent et un MBA de l'Université de Louisiane à Monroe.  
[www.blazingnewtrailascoaching.com](http://www.blazingnewtrailascoaching.com).

D'autres articles complets sur : ***Coaching mondial***

*Important : Les vues et opinions exprimées sur ce blog sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement les opinions et les vues de l'International Coach Federation (ICF). La publication d'un poste client sur le Blog ICF ne correspond pas à une approbation ICF ou la garantie des produits ou services fournis par l'auteur.*

## **ICF Assistance Éthique**

Vous pouvez contacter directement ICF si vous avez des questions sur l'éthique.

- Une personne qualifiée sur le sujet de l'éthique vous répondra.
- Vous pouvez avoir besoin d'aide.
- Si vous avez besoin d'assistance : [ethics@coachfederation.org](mailto:ethics@coachfederation.org)

ou tél : 1.859.219.3580