



**France**  
*Charter Chapter*

## Etude ICF sur les plateformes de Coaching

Gage Ammons  
Edith Coron  
Joel DiGirolamo  
Richard Grillenbeck  
Boris Prigmore  
Sarah Thevenet

### **Introduction**

Les plateformes de coaching occupent de plus en plus de terrain dans la profession. Avec l'évolution des technologies, les coachs trouvent les fonctionnalités de ces plateformes utiles pour leurs clients, pour eux-mêmes, pour générer du business et pour gérer la partie contractualisation. La Fédération Internationale de Coaching (ICF - *The International Coaching Federation*) a réalisé une enquête auprès des coachs sur l'utilisation qu'ils font de ces plateformes, afin de mieux comprendre l'impact qu'elles ont sur leur pratique du coaching et sur la profession.

Les plateformes de coaching sont en général de deux ordres : de service ou contractuelles.

Les plateformes de service de coaching, à travers un site internet ou une interface sur téléphone, fournissent des fonctionnalités telles que mise en relation coach-client, prise de RDV, notes de coaching, journal client, chatbot (avec ou sans Intelligence Artificielle), accès à des outils psychométriques. Le coach paie un abonnement afin de bénéficier des services offerts.

Les plateformes contractuelles offrent aux clients accès à un choix de coachs qui sont ensuite payés pour une session ou pour un programme de coaching. Ces plateformes peuvent également offrir des fonctionnalités supplémentaires que l'on trouve dans les plateformes de service.

Les descriptions des plateformes figuraient dans le préambule de l'enquête.

### **Méthodologie**

L'enquête d'ICF sur les plateformes de coaching a été réalisée en anglais, en français et en allemand. Elle a été distribuée par email à un panel mondial et préexistant de recherche d'environ 5 000 coachs volontaires, ainsi qu'aux membres des chapitres Allemagne, France



## France Charter Chapter

et Grande Bretagne d'ICF. Les données, tant quantitatives que qualitatives, ont été rassemblées et analysées pour mieux comprendre l'impact de ces plateformes sur le coaching. L'enquête comprenait 37 questions et prenait environ dix minutes pour être complétée.

### Résultats

Au total, le lien d'accès à l'enquête a été activé 851 fois toutes langues confondues (619 fois en anglais, 194 fois en français et 38 fois en allemand). De ces 851 activations, 277 personnes ont indiqué ne pas utiliser les plateformes de coaching et 51 étaient en blanc/ 51 personnes ont laissé le questionnaire vierge (les personnes n'ayant répondu à aucune question) ; ces questionnaires ont été considérées comme incomplets. Des 523 réponses restantes indiquant une utilisation des plateformes de coaching, 286 ont été considérées comme invalides en raison de données trop incomplètes, laissant ainsi 237 réponses à l'enquête valides (173 en anglais, 49 en français, et 15 en allemand). La suite de ce rapport est basée sur ces 237 réponses.

### Données démographiques

Les coachs qui ont répondu à l'enquête sont expérimentés, 35% ayant 11 années ou plus de coaching et 32 % ayant entre 6 à 10 années de coaching. Parmi ceux qui sont certifiés, 46% sont PCC, 27% ACC et 6% MCC. Ces pourcentages indiquent un plus grand nombre de coachs certifiés PCC et MCC comparé à l'ensemble des membres d'ICF et confirme que les personnes ayant répondu sont plus expérimentées. Parmi les coachs ayant indiqué leur genre, 67% sont des femmes et 33% des hommes, reflétant en cela les statistiques des membres d'ICF.

Les personnes ayant répondu tendent à être relativement âgées, 64% entre 41 et 60 ans et 28% 61 ans et plus. Les coachs sont en général diplômés de l'enseignement supérieur : 23% sont titulaires d'un bachelors, 61% d'un master et 11% d'un doctorat ou équivalent. La majorité des coachs résident dans 5 pays en particulier : France, Allemagne, Pays Bas, Grande Bretagne et Etats-Unis, cependant l'ensemble des réponses émanait de 31 pays additionnels.

### Types de plateformes

La majorité des coachs utilisent des plateformes contractuelles à travers lesquelles le coach est mis en relation avec des clients et est rémunéré par session ou engagement. Les clients peuvent être soit des individus qui veulent être coachés ou des employés d'organisations qui emploient un prestataire de coaching pour l'ensemble de l'organisation.

Certains coachs utilisent des plateformes de service qui offrent aux coachs de gérer leurs clients à travers diverses fonctions de gestion et de suivi (prise de rendez-vous, facturation, suivi client, etc.). En résumé, les coachs utilisent principalement les plateformes contractuelles (n=107) en comparaison avec les plateformes de service (n=16), avec 65 personnes indiquant utiliser des plateformes de visio-conférence et autres.



## France *Charter Chapter*

### Plateformes

Les personnes qui ont répondu, ont collectivement fourni les noms de 66 « plateformes » spécifiques, cependant elles y ont inclus de simples plateformes vidéo comme Zoom. Parmi les plateformes contractuelles trois sont apparues comme les plus populaires et avec environ le même niveau de popularité : BetterUp, CoachHub, MoovOne. Cette dernière est utilisée presque exclusivement par des coachs résidant en France. Si la majorité des coachs utilise une seule plateforme (62%), 26% en utilise deux et étonnamment 12% en utilise trois. Les qualifications les plus généralement requises pour figurer sur une plateforme sont une formation en coaching et une certification spécifique.

Pour les coachs qui ont répondu, les fonctions les plus importantes des plateformes sont la génération de business, la facilité d'utilisation, la prise de rendez-vous et la gestion des clients. Seul 10% des coachs ont indiqué que leur plateforme principale requerrait l'exclusivité de leur service. Interrogés sur l'amélioration qu'ils souhaiteraient voir dans leur plateforme principale, les réponses des coachs de loin les plus récurrentes étaient : meilleure rémunération et matching coach-client. Cependant 89% des participants se sont déclarés être d'assez à très satisfaits de leur plateforme.

### Ethique

En général, l'éthique est un sujet important de préoccupation quant aux plateformes de coaching. Les deux tiers des coachs ont indiqué devoir signer une charte éthique pour utiliser leur plateforme et 41 % affirment que leurs clients doivent également signer une telle charte.

Un point de préoccupation particulier est le fait que 26 % des participants aient indiqué que les employés des plateformes ont accès aux données. On ignore à quelles données ces employés ont accès, la sensibilité de ces données et comment ces données sont utilisées.

### Intelligence Artificielle dans le coaching et e-learning

L'Intelligence Artificielle (IA) en coaching en étant à ses prémices, il est surprenant que 17% des coachs affirment que leur principale plateforme de coaching intègre des fonctionnalités d'IA. Quant aux technologies plus matures, deux tiers des coachs indiquent que le e-learning est un des éléments de leur plateforme principale.

### Implication d'ICF

La majorité des participants considère qu'ICF devrait s'impliquer par rapport aux plateformes de coaching. Leur souhait primordial est celui d'actions portant sur les standards, les recommandations et la régulation suivi par les moyens de garantir une pratique éthique.



## France Charter Chapter

### Considérations sur les plateformes

Ce document a été élaboré par la Commission Digital/ Intelligence Artificielle et Coaching d'ICF-France. Il a pour but de vous aider dans vos choix de collaboration avec les plateformes de coaching dans le respect du cadre déontologique et éthique d'ICF.

#### Quelles questions se poser ?

1. La plateforme de coaching requiert-elle que vous ayez des qualifications particulières : nombre minimum d'heures de coaching, certification spécifique, formation au coaching, supervision, certification en outils psychométriques, etc. ? Devez-vous fournir des certificats pour en attester ?
2. Savez-vous comment la plateforme de coaching fait le matching et sur quels critères (programme numérique, par un employé travaillant pour la plateforme, par une combinaison humain + programme numérique) ? Savez-vous si la plateforme effectue un classement des coachs dans la présentation de son annuaire de coachs ?
3. La plateforme permet-elle l'enregistrement des sessions ? Pouvez-vous utiliser ces enregistrements pour votre contrôle qualité (par exemple supervision/ certification) ? Ces enregistrements nourrissent-ils la base de données de la plateforme ? Comment la confidentialité est-elle garantie ?
4. Quel type de contrat la plateforme vous propose-t-elle (ouvert sans date d'échéance précise, par projet, contrat mensuel, annuel) ?
5. Devez-vous payer pour être répertorié sur la plateforme ?
6. La plateforme de coaching requiert-elle l'exclusivité de vos services ?
7. Savez-vous à quel pourcentage de ce qui est facturé au client correspond votre rémunération ? Etes-vous satisfait de la répartition offerte ?
8. Comment se fait le contrat de coaching (la définition des objectifs) ?
  - En quadripartite : organisation du client + employé de la plateforme + coach + coaché,
  - En tripartite : coaché + coach + organisation du client,
  - Les objectifs sont définis entre la plateforme et le coaché
9. Sous quelles conditions pouvez-vous résilier votre contrat de coaching ? Est-ce que les conditions de résiliation vous conviennent ?



## France *Charter Chapter*

10. La plateforme a-t-elle mis en place un système de feedback ? Si oui, avez-vous accès au feedback du coaché suite aux sessions (feedbacks à travers la plateforme sur votre tableau de bord, feedbacks envoyés par les employés de la plateforme sur votre boîte mail, pas d'accès) ?
11. Quel type de données (data) la plateforme analyse-t-elle ? Qui a accès à ces données ? Comment la confidentialité est-elle protégée (cryptage) ?
12. La plateforme demande-t-elle au coach de signer une charte déontologique ? Si oui, êtes-vous en accord avec cette charte ?
13. La plateforme offre-t-elle une supervision à ses coachs ?

### **Conclusion**

Le marché des plateformes de coaching est certes émergent, mais il apparaît, au vu du degré de satisfaction exprimé à l'égard des plateformes de coaching, qu'elles sont solidement implantées avec une forte marge de croissance. Si un petit nombre d'acteurs domine actuellement, une kyrielle de plus petits entrants n'en existe pas moins. Au gré des améliorations technologiques et alors que les investissements pleuvent sur ce marché, des petits acteurs pourraient rapidement supplanter les acteurs actuellement dominants avec un groupe fluctuant de concurrents se positionnant dans la décennie à venir.