Baromètre du **Coaching** 2022

Regards croisés

Coachs certifiés Coach & Team et leurs Clients

Première enquête réalisée auprès des coachs Coach & Team et leurs clients sur les pratiques de coaching :

- **initiative** du coaching, qui est concerné dans l'organisation ?
- quels moyens de **communication** pour entrer en contact avec le coach ?
- quels **critères** de choix ?
- pour quelle(s) **prestation**(s) ?
- pour quel(s) **résultat**(s) ?
- quels sont les **freins** ?
- quels sont les spécificités des **coachs Coach & Team** ?

Association de la communauté Coach & Team ©

Beyond CT,
1ere **communauté** de coachs en France

BEYOND CT est l'association des **praticiens Coach and Team** ©, et la communauté de coachs la plus importante de France avec plus de **5000 professionnels** formés et certifiés. Ses membres ont tous suivis l'enseignement dispensé par **Vincent LENHARDT** (fondateur du coaching en France) et le collège des enseignants.

La mission de BEYOND CT est de **contribuer à l'enrichissement de la culture** CT et au développement du lien entre ses adhérents, le monde socio-économique et ses écosystèmes.

BEYOND CT **créée en novembre 2002**, association à but non lucratif; est animée et gérée par des bénévoles certifiés Coach and Team, tous praticiens du coaching.

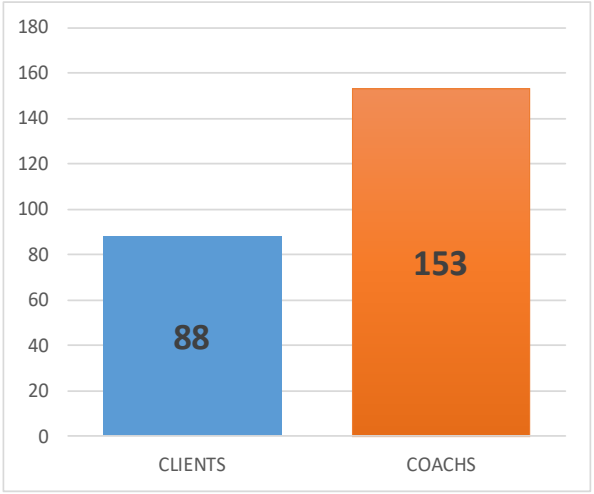
Des coachs certifiés Coach & Teams
sont présents sur toute la **France**,
en **Belgique**, **Suisse**
et dans le reste du monde.

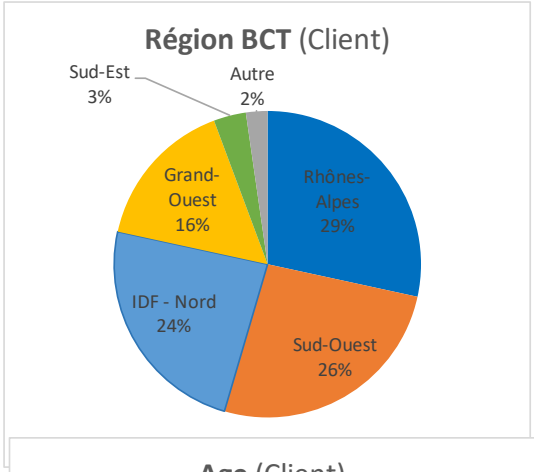
Participation à l'enquête croisée

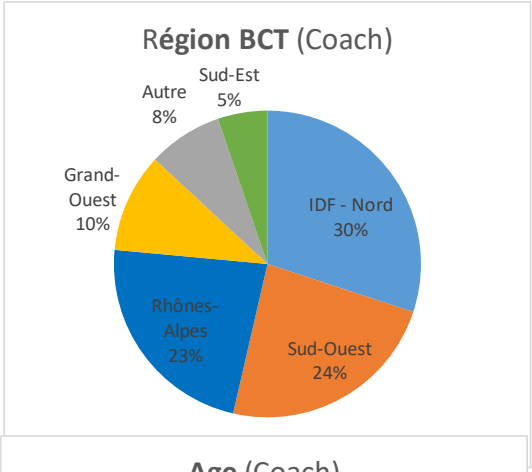
BEYOND CT

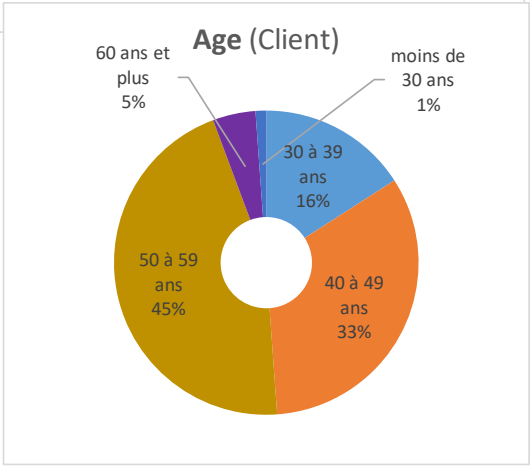
241 participants

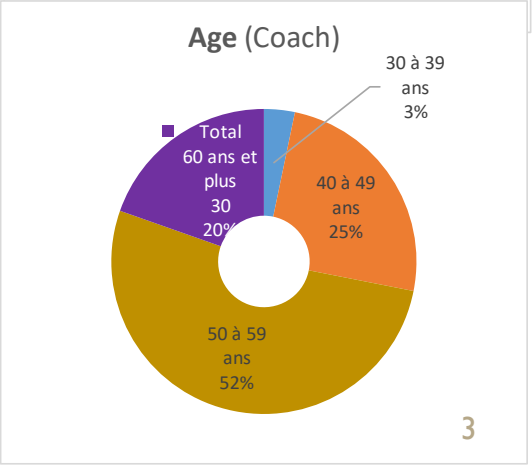
Enquête réalisée du
25 janvier au
31 mars 2022









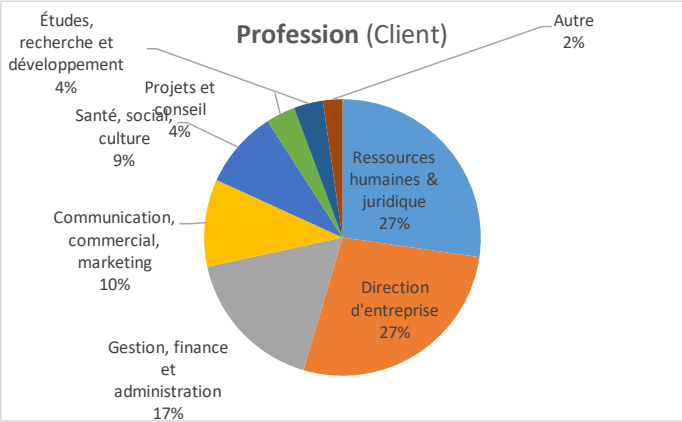


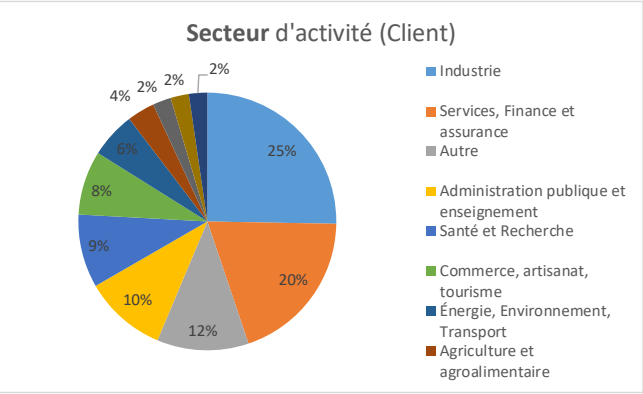
Contexte de l'enquête

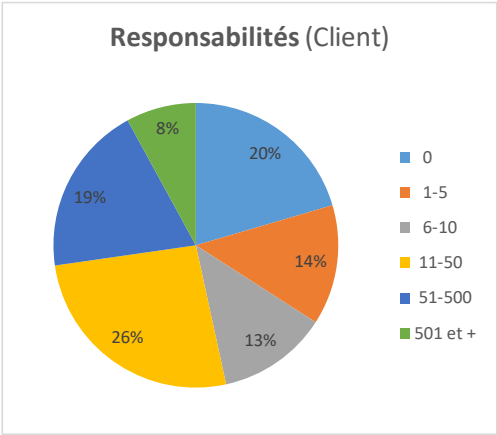
Entretiens téléphoniques d'approfondissement
16 entretiens Clients

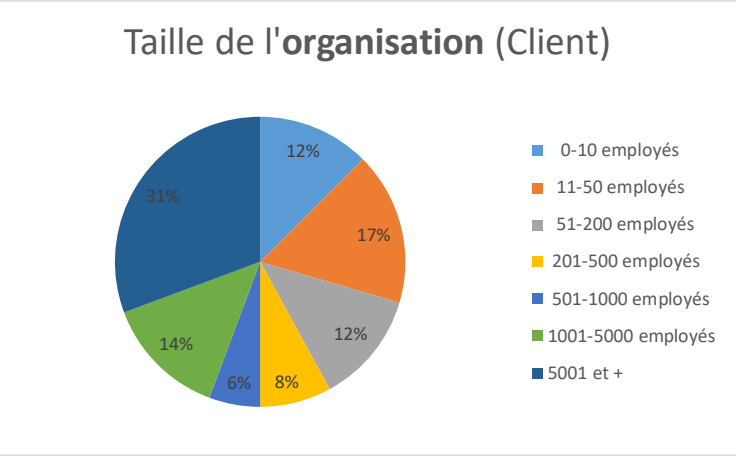
- Des **équipes** challengées et fragilisées
  - Exigence d'**agilité**, d'adaptabilité
  - Nouvelle expérience de travail (distanciel et **Hybride**)
  - Souffrance **isolement** (Covid + réorg = zone rouge)
  - Absentéisme et **désengagement** (démissions)
  - Désinvestissement des salariés dans le travail
- Re-**Organisation** du travail
  - Travail à distance du bureau, en horaire fluctuant et modification des process de travail
  - Des velléités de télétravail mais pas **compatible** pour un site industriel
  - Limiter les **déplacements** circuit court
- Recherche de **Sens** et bien-être (au travail)
  - Temps perturbé covid, guerre = monde **anxiogène**
  - Recherche de sens-Cadre de **vie** / Sens Projet **entreprise** - collectif

Profil des **Clients** et Prospects



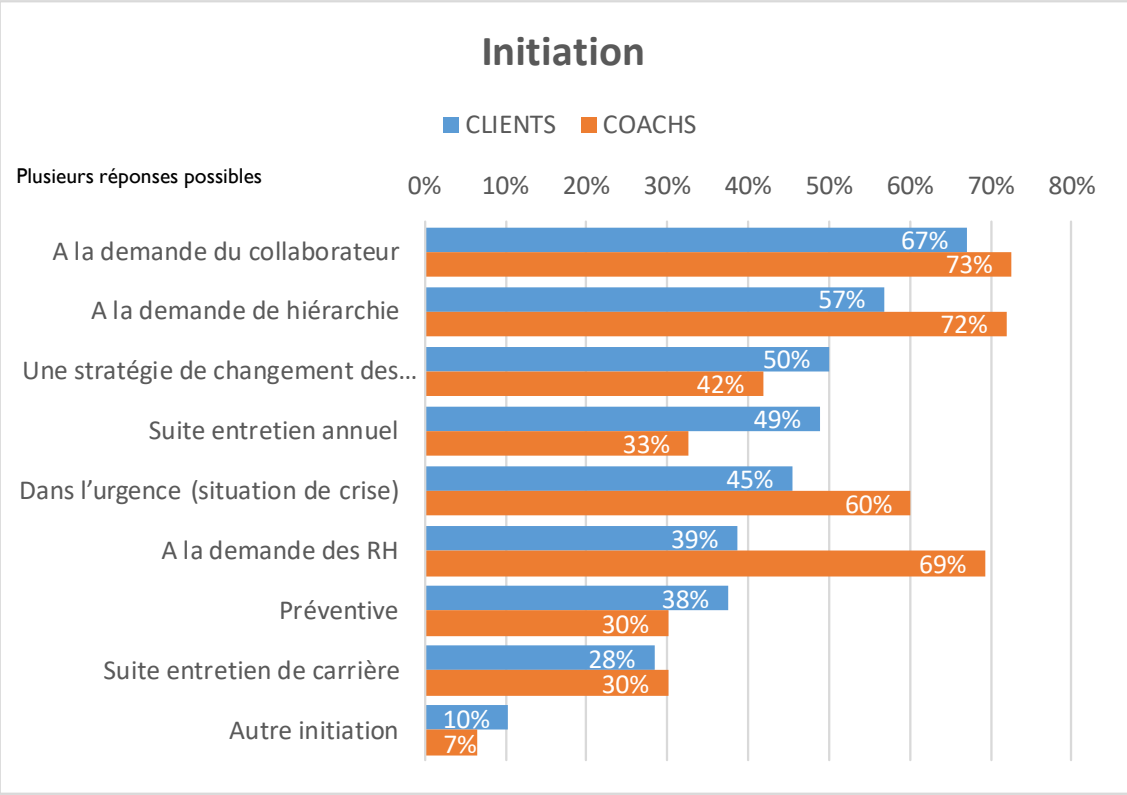






Initiative du coaching

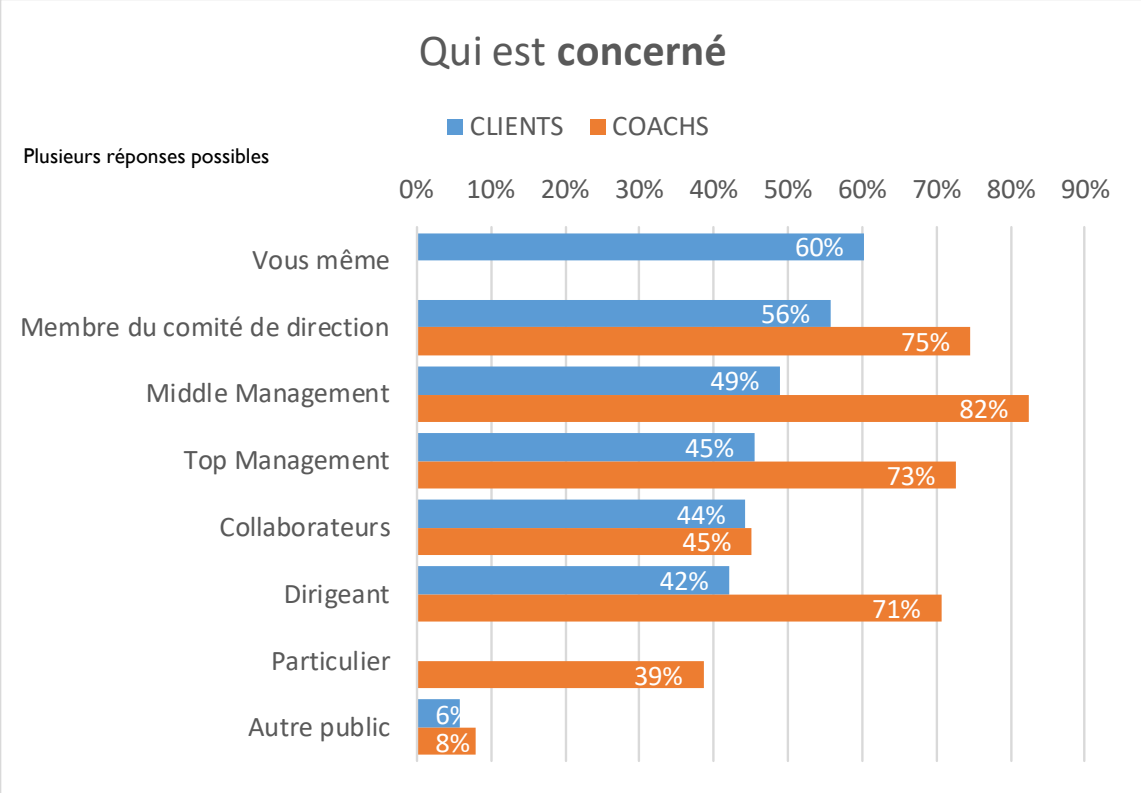
De quelle façon est initiée la démarche d'accompagnement ? (plusieurs choix possibles)



D'abord la demande du ***collaborateur*** *pour les 2/3*

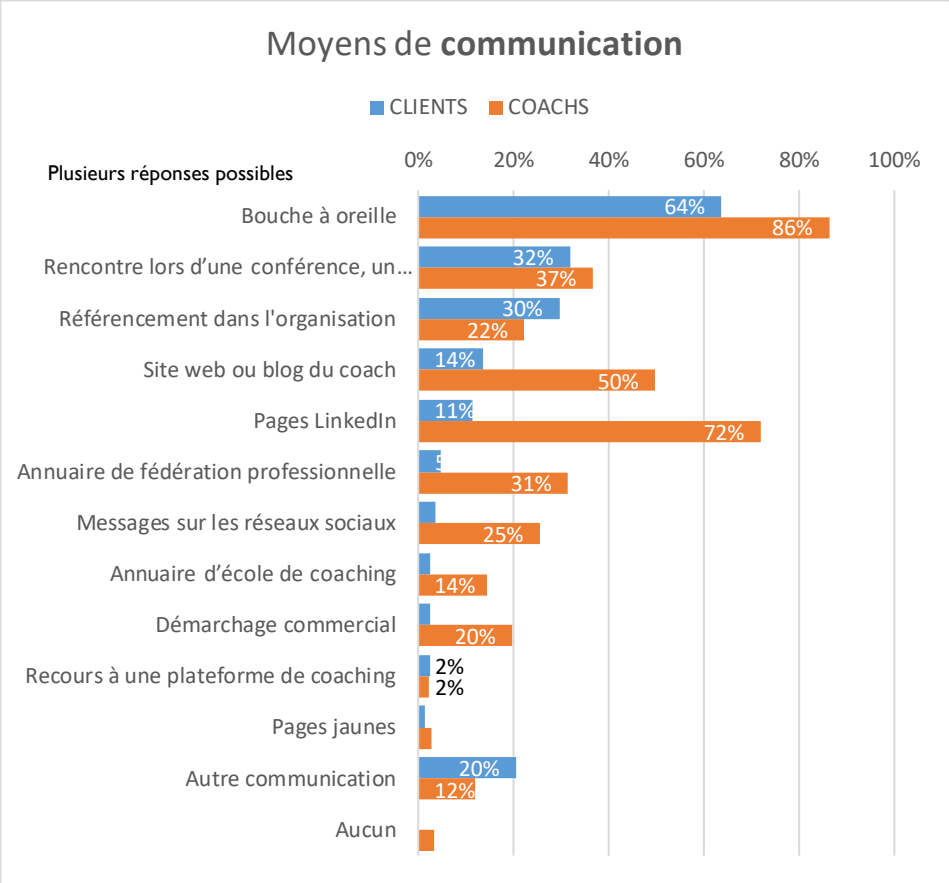
Qui est concerné

CLIENTS Dans votre organisation, quel est le public concerné par le coaching ? (plusieurs choix possibles)
COACHS Quel est le public concerné par le coaching ? (plusieurs choix possibles)



*Principalement l'**équipe de direction**, pas encore diffusé dans tous les étages de l'organisation selon les clients*

Moyens de **communication**

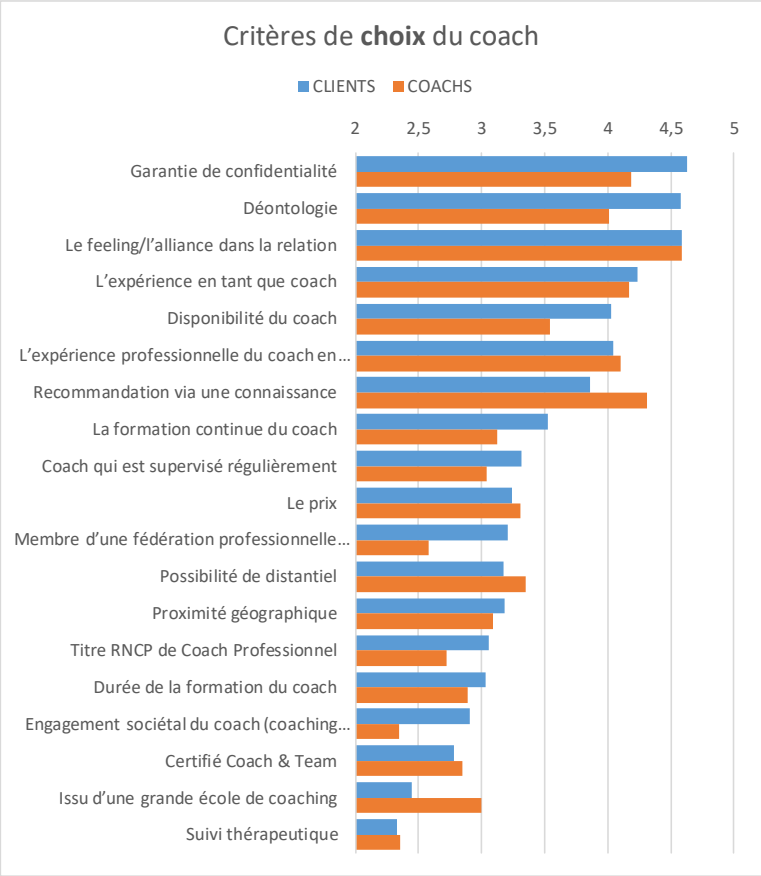


CLIENTS Comment cherchez-vous et entrez-vous en contact avec un coach (plusieurs choix possibles)
COACHS Quels sont les moyens de communication de votre activité de coach (plusieurs choix possibles)

D'abord le ***bouche à oreille****, puis des* ***rencontres****, ou pour les grands groupes, le* ***référencement***

Plateforme de coaching 2%

Critères de choix du coach



Critères de choix du coach (5 Très important, 1 Peu important)

En priorité

Confidentialité

Déontologie

Feeling

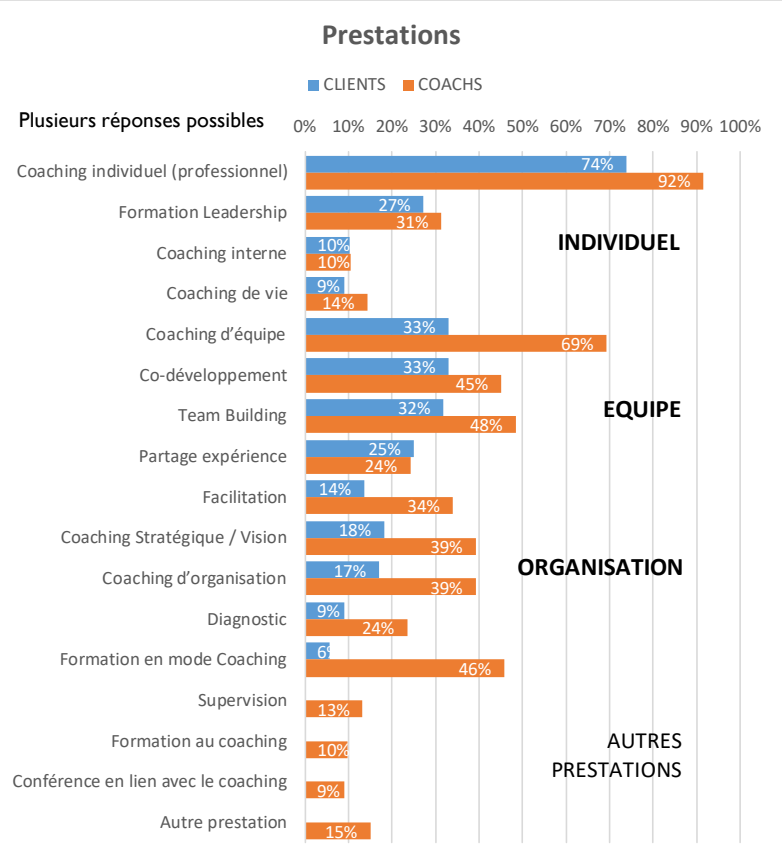
Puis

Expérience

Disponibilité.

L'école, le diplôme ou le titre d'état influencent peu

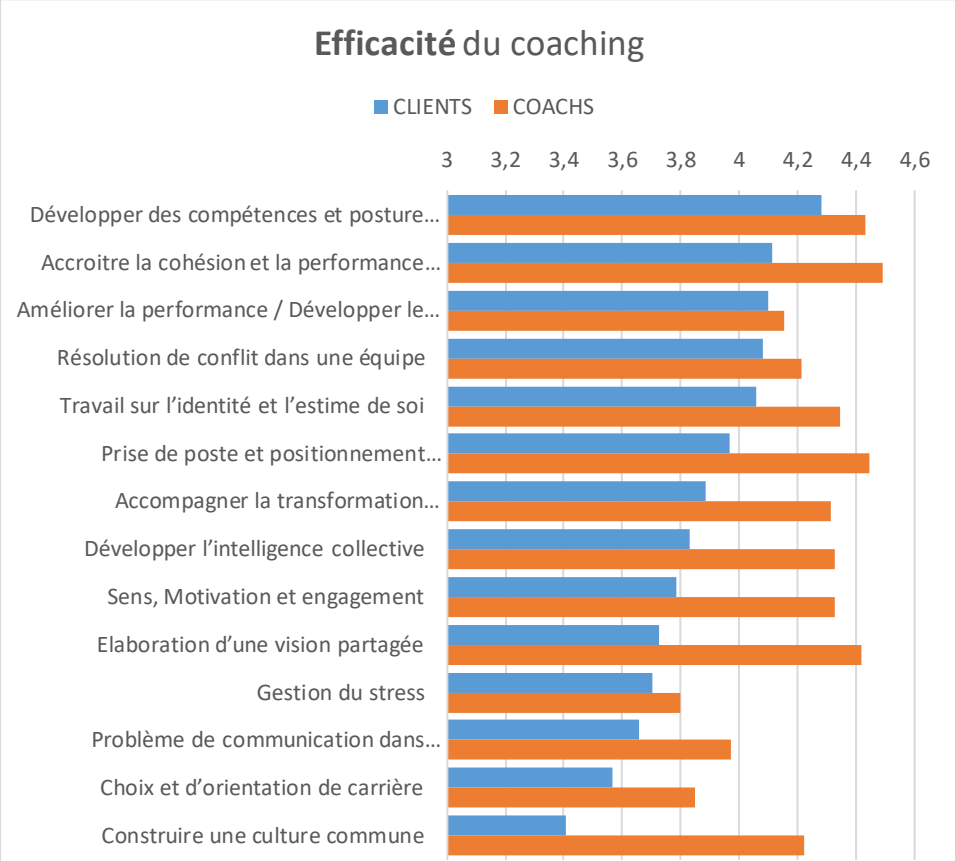
Pour quelles **prestations** ?



CLIENTS : Au cours des 5 dernières années, vous avez eu recours à ce(s) type(s) de prestation (plusieurs choix possibles)
COACHS : Quelles sont vos principales prestations ? (plusieurs choix possibles)

Principalement du ***Coaching individuel*** *Et les coachs peuvent apporter sur le* ***collectif*** *et la* ***stratégie***

Pour quel(s) **résultat(s)**



Selon vous, pour quel(s) type d'objectif(s), le coaching professionnel est le plus adapté (5 Très adapté, 1 Peu adapté)

Selon les Clients

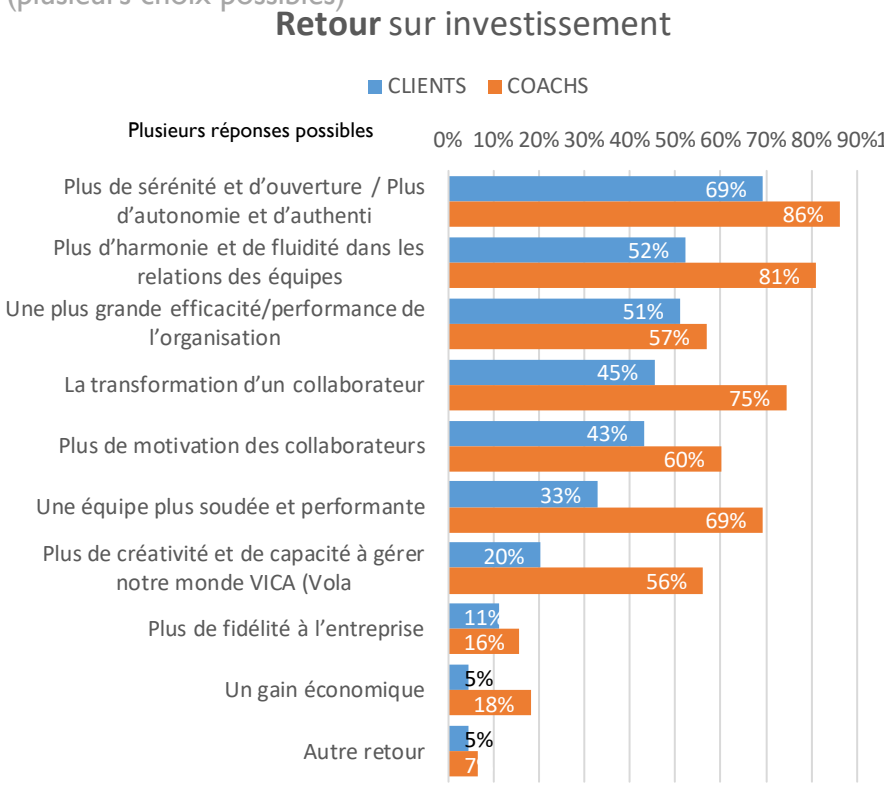
Ce qui a **manqué**

Selon les Clients

Selon les Coachs CT

Quel **retour** sur investissement

Et à partir de la liste suivante, quels sont les retours sur investissement constatés ? (plusieurs choix possibles)

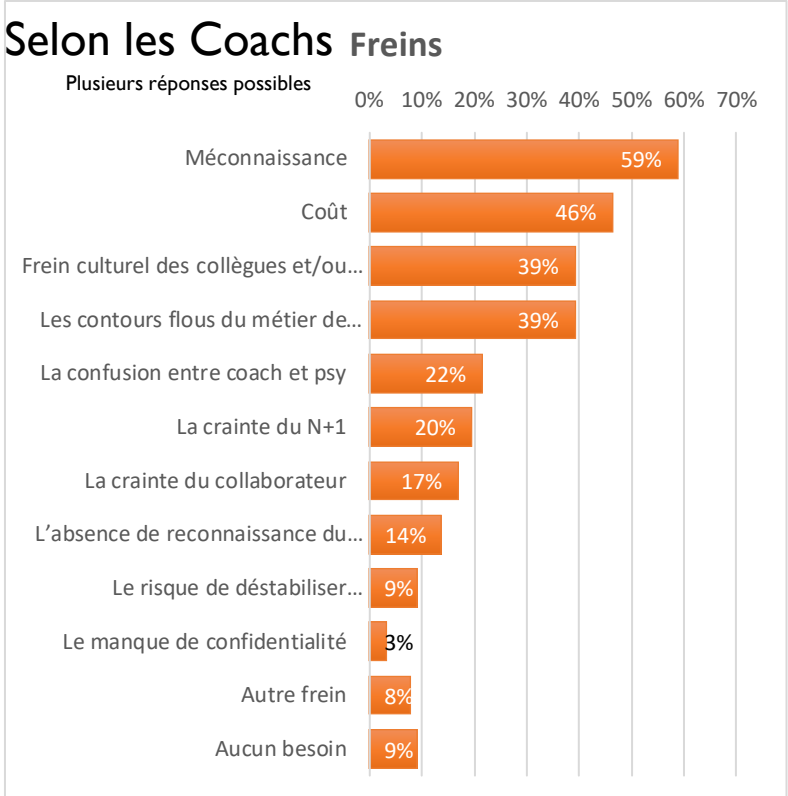


Selon les Clients

Quels **freins** à l'utilisation du coaching

Quels sont pour vous les principaux freins à l'utilisation du coaching ? (pour les COACHS 3 choix maximum)

Selon les Coachs



Selon les Clients

- **Coût** – retour sur investissement (27%)
- **Frein culturel** & craintes de la personne ou l'organisation (23%)
- **Méconnaissance,** contour flou du métier, confusion entre psy et coach (12%)
- Capacité de **changement** [du collaborateur] (11%)
- Manque de **temps** (9%)
- **Feeling** et choix du coach (5%)
- Aucun besoin (4%)
- Pas de frein (4%)
- Autres freins (5%)

Quelques **verbatim**

« J'avais perdu de ma **brillance** et **grâce eu coaching je l'ai retrouvé** »

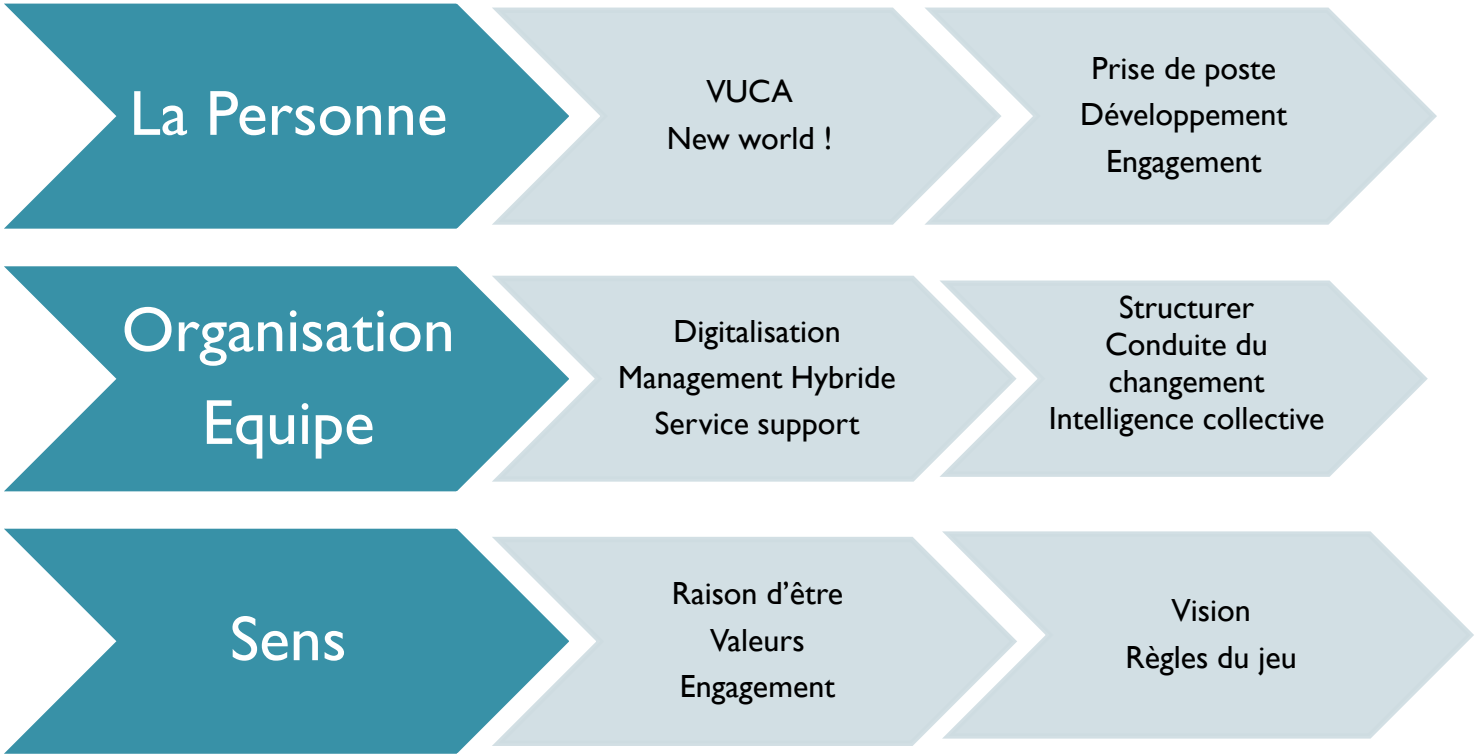
« Coaching, dommage que ce soit « mal vu », c'est **tellement utile** ! »

« Le coaching est **un révélateur**… Magique »

« **Personne ne sait** que j'ai fait un coaching »

« Il y a **un avant et un après** le coaching »

Répondre aux **enjeux** et besoins



Caractéristique du **Coach CT**

Selon les Clients

Selon les Coachs CT

Ce qui les distinguent des **autres**

Selon les Clients

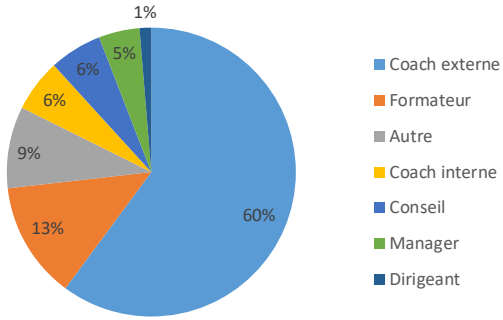
Selon les Coachs CT

69

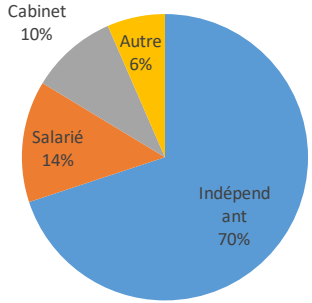
145

Profil des **Coachs** répondants

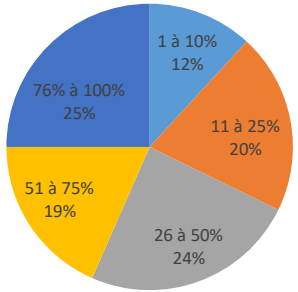
Activité (Coach)



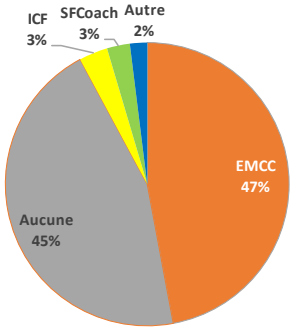
Statut (Coach)



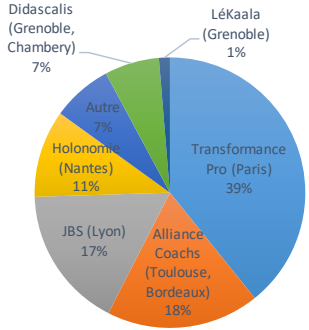
Part du coaching dans l'activité (Coach)



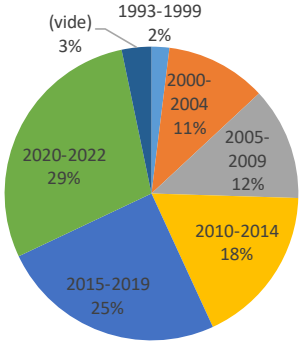
Fédération professionnelle (Coach)



Ecole Coach & Team (Coach)



Année de certification



Ce qu'on peut **retenir**

- Selon cette étude 2022, l'**initiative du coaching** revient d'abord au **collaborateur** (67% selon les clients, 73% selon les coachs) et concerne majoritairement des coachings **individuels**, alors que les coachs peuvent aussi intervenir en coaching d'équipe (69%), co-développement, team building...
- Le **bouche à oreille** est le moyen privilégié pour identifier un coach (64% selon les clients, 86% selon les coachs), loin devant des rencontres lors de conférence ou le référencement, avec pour premiers critères de choix **confidentialité**, **déontologie** et **feeling** avec le coach. Les plateformes représentent 2%.
- Le retour sur investissement est important : gain en **autonomie** (69%), **fluidité** dans les équipes (52%), plus grande **efficacité** de l'organisation (51%), D'ailleurs le coaching est d'abord reconnu pour développer la **posture du manager** et le leadership, la **performance d'équipe** et le **potentiel** du collaborateur..
- A ce jour, le coaching concerne principalement les **membres de la direction** (Codir, Middle Management, Top Management). Comme c'est un travail "sur mesure" et adapté à la personne, il pourrait aider d'autres niveaux de collaborateurs (actuellement 44% des organisations).
- Les coachs certifiés Coach & Team sont perçus par les clients comme à l'**Ecoute**, **Bienveillants**, et **Professionnels**, et se distinguent des autres par leur **Expérience**, la relation de **Confiance** et la capacité d'**Empathie**.
- Il reste des **freins** à l'utilisation du coaching : la **méconnaissance** pour 59% des coachs, le **coût** pour 27% des clients, des **freins culturels** et la réticence des collaborateurs et de l'organisation concernés.
- Les **besoins sont importants** d'accompagnement des hommes, des équipes et des organisations.

Baromètre du Coaching 2022

Regards croisés : Coachs certifiés Coach & Team et leurs Clients

Merci aux coachs et aux clients ayant participés à l'enquête.

Beyond CT - Comité Notoriété & Marché
Cyrille BOUREAU, EMCC, Grand-Ouest / **Florence BARBIER**, CT59, IdF
Michel DOUARRE, EMCC, IDF / Pascal POUGNET, SFCoach, IDF /
Vincent CHAUMERLIAC, CT9 Toulouse, Sud-Ouest / Valérie BAYLIN, CT57P, IdF /

Retrouvez-nous
sur beyondct.org