

L'ESSENTIEL DE L'ÉTUDE

Métiers du coaching professionnel et de la supervision :
analyse des compétences en vue de permettre une
lisibilité du métier et des conditions de son exercice

Octobre 2022



OPIIEC



MÉTHODOLOGIE ET PÉRIMÈTRE

La mission a pour but de cerner les évolutions du secteur du coaching et de la supervision pour les années. A travers cette étude, l'OPIIEC souhaite disposer d'un état des lieux et d'une analyse prospective afin de permettre aux entreprises de la branche d'identifier les métiers et compétences clés de demain et d'anticiper sur d'éventuels besoins en formation dans les prochaines années.

Ce document constitue une synthèse d'une mission réalisée en 3 phases successives :

- **L'état des lieux et les perspectives du marché et de ses acteurs**
- **L'évolution des métiers et des compétences ainsi que la réponse apportée par les organismes de formation**
- **La construction d'un plan d'action pour l'OPIIEC et ses partenaires**

Il s'appuie sur 4 sources principales d'informations construites et analysées entre janvier 2022 et juin 2022, à savoir :

- Une **analyse documentaire et bibliographique** des dernières études et panoramas réalisés sur les métiers du coaching et de la supervision professionnels (évolution du marché, recrutement, baromètre achat, etc.)
- **67 entretiens réalisés** auprès de différents acteurs : entreprises de la branche (coachs et superviseurs professionnels), entreprises clientes, organismes de formation et établissements d'enseignement supérieur. *Voir le rapport complet pour plus de détail*
- Plus de **1 700 répondants** à l'enquête en ligne diffusée par ATLAS à des coachs et des superviseurs professionnels entre mars et avril 2022
- **2 ateliers de travail** spécifiques réunissant une dizaine d'acteurs et membres du COPIL.



CONTEXTE ET ENJEUX

Observateurs et acteurs du changement dans un contexte de transformations permanentes et rapides des organisations, les professionnels du coaching et de la supervision sont contraints de s'adapter à un environnement en constante évolution.

Les nouvelles problématiques auxquelles doivent faire face les entreprises sont multiples : mondialisation et explosion des flux d'informations, accélération de l'intégration du numérique dans les organisations, recherche de sens et de qualité de vie au travail des salariés. Autant de sujets qui modifient le fonctionnement et l'organisation des entreprises.

La crise sanitaire a eu de plus pour effet d'accroître l'incertitude et le manque de visibilité des entreprises à long terme tout en accélérant les tendances de fond déjà à l'œuvre depuis plusieurs années.

Ces tendances ont des conséquences directes sur les professionnels du coaching et de la supervision : elles demandent la mise à jour permanente des compétences et des connaissances afin de faire face à une demande cliente de plus en plus exigeante, diversifiée et en croissance.

Soutenu par un besoin des organisations et des entreprises à être accompagnées dans ce contexte d'évolution, **le marché du coaching et de la supervision professionnels continue de croître et se développer avec l'arrivée de nouveaux entrants provoquant l'adaptation des acteurs historiques. Cette croissance du marché s'accompagne d'une préoccupation autour des questions de recrutement et de fidélisation des clients.**

Plan de l'essentiel de l'étude :

1.

CADRAGE ET DEFINITIONS

2.

PROSPECTIVE ET FORMATION

3.

PROSPECTIVE RH ET PLAN D'ACTIONS

CADRAGE ET DEFINITIONS

Etat des lieux et prospective du marché du coaching et de la supervision professionnels

Cadrage de l'environnement du coaching et de la supervision professionnels

Une définition claire et précise reposant sur des principes bien établis

Zoom sur les activités de coach

Des nouvelles missions, de nouvelles approches

Perception du coaching

Une vision positive malgré le manque de lisibilité pointé par une majorité des acteurs

Le marché du coaching et de la supervision

Un marché français du coaching professionnel estimé en 2021 à 750 millions d'euros



Cadrage de l'environnement du coaching et de la supervision professionnels

Définitions :

- « Le coaching est un processus qui suscite chez les clients réflexion et créativité afin de maximiser leur potentiel personnel et professionnel » (ICF)
- « La supervision consiste en l'accompagnement d'un coach professionnel par un superviseur autour d'une réflexion sur ce que le coach rapporte de ces interactions avec ses clients afin d'en dégager un apprentissage au bénéfice du coach et de ses clients » (Coaching Ways)

NB : Le recours à la supervision est obligatoire pour les coachs professionnels

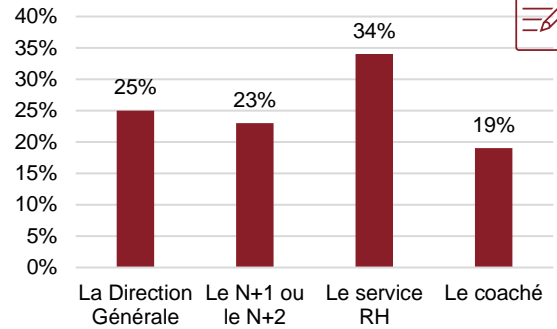
Les grands principes du coaching reposent sur la parité entre le coach et le client, la contractualisation, la confidentialité, la neutralité et la supervision.

Le superviseur est souvent aussi coach professionnel. Il a l'obligation de se faire superviser lui aussi.

L'univers du coaching et de la supervision est composé de nombreux acteurs historiques et incontournables : les professionnels du coaching et de la supervision, les organisations représentatives (les associations, les fédérations et les syndicats), les clients, les organismes de formation.

Le secteur assiste depuis quelques années à l'apparition de nouveaux acteurs : « les plateformes ».

Répartition des individus à l'initiative des missions de coaching



Le marché du coaching et de la supervision

La profession est majoritairement féminine, elles représentent 67% des coachs professionnels.

Si le marché du conseil connaît une croissance annualisée de 10%, le marché du coaching profite actuellement d'une croissance encore plus rapide.

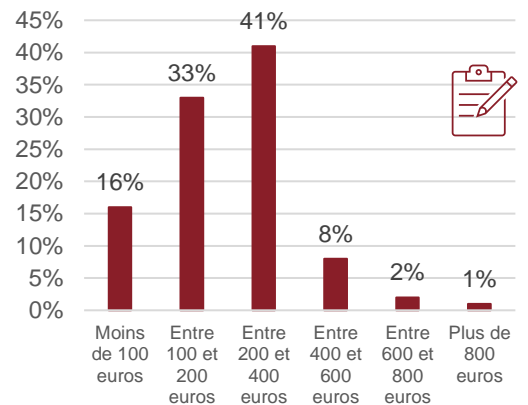
Les coachs professionnels pratiquent des prix très variés, certains facturent moins de 100 euros la séance tandis que d'autres dépassent les 800 euros. Un certain nombre de coachs dispense moins de 20 heures par an, et presque autant en dispensent plus de 500.

En moyenne, le tarif horaire d'un coach professionnel est de 240 euros, générant un chiffre d'affaires moyen situé entre 45k€ et 50 k€ par an. Le nombre médian d'heures dispensées se situe entre 50 et 100 heures par an.

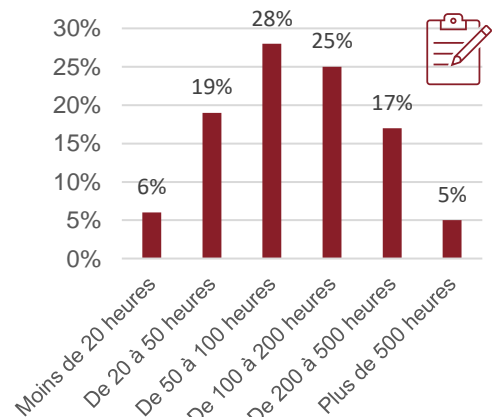
On estime à 15 000 le nombre de coachs en activité, pour 33 000 coachs formés et pour un total de 500 superviseurs dont seulement 300 ayant reçu une formation spécifique.

La taille du marché du coaching professionnel français est ainsi estimée à 750 M€ et celui de la supervision professionnelle à 22 M€

Distribution des tarifs horaires pratiqués en coaching



Nombre d'heures de coaching effectuée annuellement





Evolution du coaching professionnel et de la supervision

Répartition des statuts des coachs professionnels

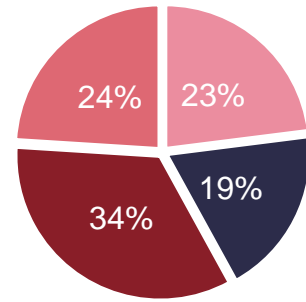
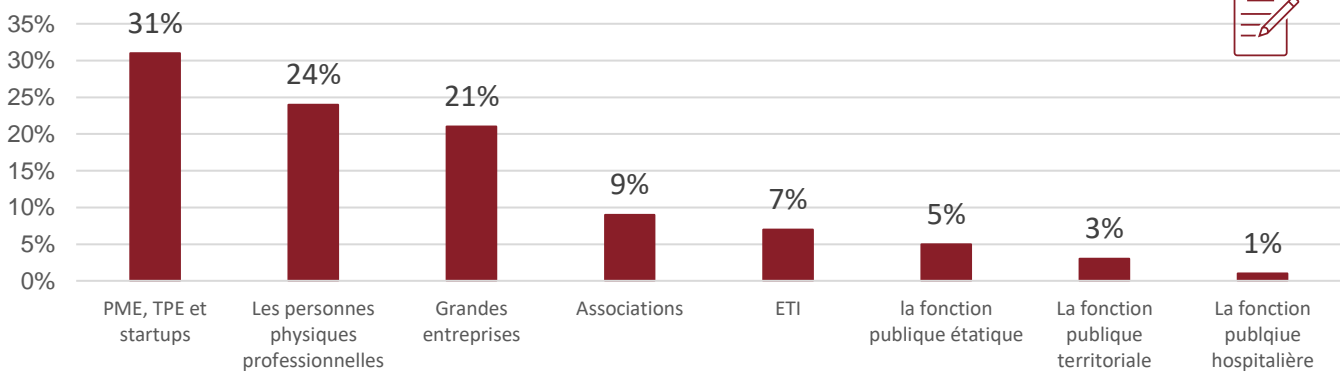
Les activités des coachs se diversifient. Le coaching individuel demeure l'activité majeure mais les coachings d'équipe et d'organisation se développent au fil des ans.

Avant la crise du covid-19, l'essentiel des séances de coaching se faisaient en présentiel. Depuis, l'émergence des plateformes a facilité l'explosion de la demande de coaching en distanciel, généralement moins coûteux et plus facile à mettre en place.

La très grande majorité des coachs exerce encor dans une structure où ils sont l'unique coach, même si les entreprises plus structurées connaissent une belle croissance.

La démocratisation du coaching se constate au travers de la diversité des clients comme en témoigne le graphique ci-dessous

Répartition des clients des coachs professionnels



- Auto entrepreneur
- Associé société commerciale non salarié
- Coach professionnel salarié en cabinet de coaching professionnel
- Autres



Perception du coaching

Le terme de coach, très à la mode, est utilisé pour parler de métiers très différents (coachs de vie, coach sportifs, coach professionnel). Ces usages multiples, relevant parfois de la sphère privée, nuisent à la lisibilité et crédibilité de la profession de coach professionnel.

Les clients ayant recours au coaching professionnel reconnaissent aujourd'hui la valeur ajoutée indéniable de la profession. Initialement destiné aux cadres dirigeants, le coaching se démocratise à toutes les strates de l'entreprise. Il apparaît maintenant comme un outil à part entière d'appui à la performance du middle-management.

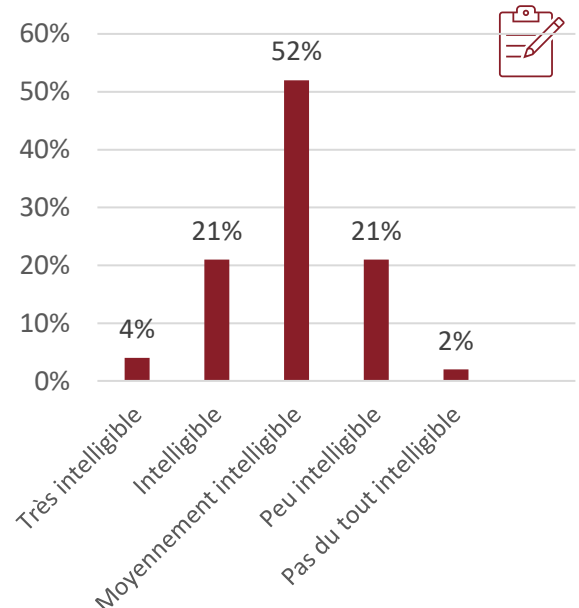
Une des limites du coaching souvent pointée par les organisations clientes, réside dans le degré d'implication et de coopération du coaché. Faute de motivation initiale, les résultats s'avèrent souvent décevants.

S'agissant de la perception par les coachs eux-mêmes, deux sujets émergent frés fréquemment des discussions.

La multiplication du nombre d'acteurs et l'avènement des plateformes de coaching questionne sur la qualité des prestations et ferait peser une menace d'uberisation de la profession.

Enfin, des acteurs déplorent que certains coachs se revendiquent trop rapidement « superviseurs » sans être suffisamment aguerris dans leur métier.

Opinion des coachs professionnels sur la lisibilité de la profession



PROSPECTIVE ET FORMATION

Les principaux éléments susceptibles d'avoir un impact sur le secteur dans les années à venir

Un environnement propice au développement

De nombreuses tendances de fond favorables au coaching professionnel et à la supervision

Croissance, segmentation et transformation digitale

L'impact du digital et l'émergence de nouveaux acteurs bouscule l'univers du coaching

Evolutions des attentes des clients

Des besoins en constante évolution à mesure que le coaching se démocratise

Mutation des compétences

Les fondamentaux du coaching évoluent peu, mais de nouvelles compétences voient le jour (digital, etc.)

L'offre de formation

Une offre de formation initiale et continue complète et de qualité malgré une grande diversité des organismes de formation

RH et recrutement

Les cabinets de coachs professionnels recherchent avant tout des anciens managers ayant vécu une carrière significative en entreprise



De nombreux facteurs, un environnement favorables au coaching professionnel et à la supervision

Les facteurs impactant les coachs et les superviseurs professionnels sont multiples et imbriqués.. Les entreprises interrogées soulignent de surcroît une accélération de phénomènes sociétaux et macroéconomiques qui viennent transformer en profondeur les organisations et dynamisent le recours au coaching. Les schémas ci-dessous résument les phénomènes à l'œuvre.

Coaching professionnel



Des facteurs globalement favorables au coaching professionnel
Une corrélation entre le développement du coaching et de la supervision



Supervision



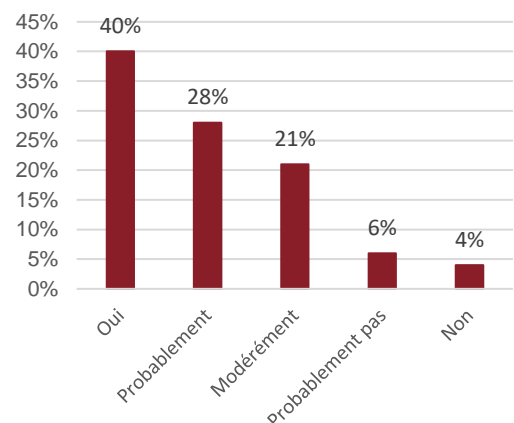
Croissance, segmentation et transformation digitale

Le chiffre d'affaires du marché du coaching croît à une vitesse supérieure à 10% par an, une augmentation qui s'accompagne d'une très forte augmentation des candidats à la profession. Ceci est susceptible de ternir l'image de la profession avec le risque de voir des professionnels sans expérience vouloir exercer trop vite et offrant des prestations de moindre qualité. Néanmoins, cela reste profitable à la supervision professionnelle qui voit la demande en supervision progresser rapidement.

De plus en plus de coachs proposent une offre de coaching sur mesure adaptée aux besoin du client. Le secteur a vu l'apparition de nouveaux types de coaching tel que le « flash coaching ». Se développent également de nouveaux besoins pour les salariés des entreprises à l'instar du coaching collectif et du coaching d'organisation.

Le secteur effectue lui aussi sa transformation digitale. Lors de la crise du covid-19, le développement des plateformes de coaching s'est accélérée, conduisant à l'augmentation du nombre de séances réalisées en visioconférence.

Volonté des coachs professionnels d'avoir recours au coaching en distanciel





Evolution des attentes des clients

Les coachs externes se concentrent sur le top-management tandis que les entreprises qui le peuvent engagent généralement des coachs internes pour réaliser des missions auprès du middle-management.

L'augmentation du nombre de coachs en activité influence la demande. Les clients sont davantage à la recherche de coachs réputés. Une attention particulière est portée sur le CV des coachs et notamment à la formation suivie. Le bouche-à-oreille est source de crédit pour les clients des coachs.

Parallèlement et mécaniquement au développement du coaching, la supervision professionnelle voit son activité augmenter, du fait de l'obligation de se faire superviser. On manque par exemple désormais de superviseurs pour le coaching collectif et d'organisation.

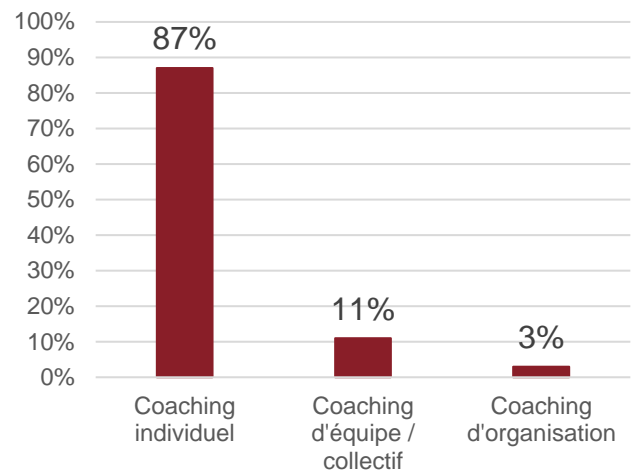
Les clients font le plus souvent appel à des coachs pour répondre à des besoins d'amélioration des relations interpersonnelles, de développement du leadership, de prises de nouvelles fonctions.

Parole d'un coach :



« La supervision est obligatoire mais les clients ne demandent pas suffisamment de certificats de supervision... »

Différents types de coaching exercés en %



Mutation des compétences

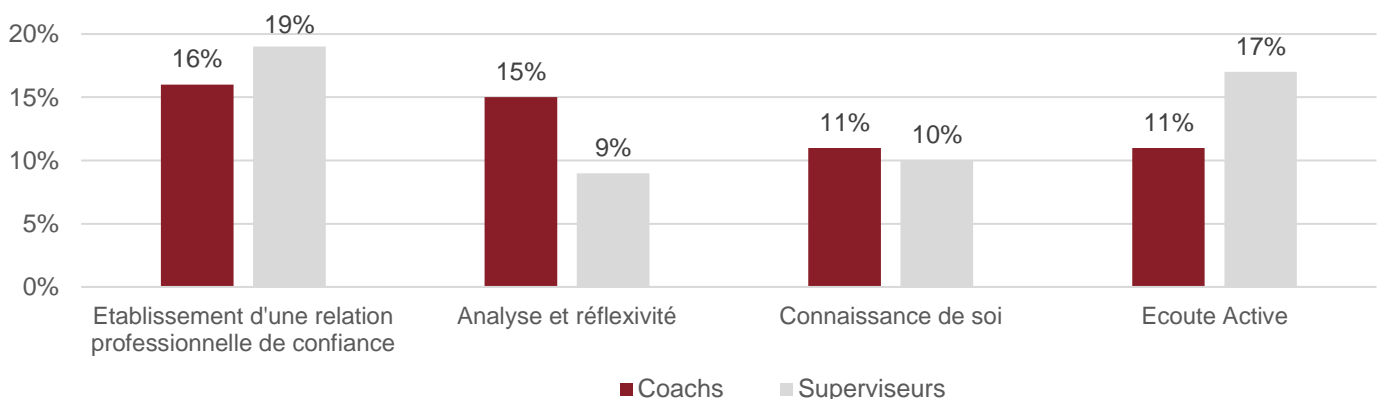
A mesure que la profession étend son champ d'activité et segmente son offre, de nouvelles compétences s'imposent. Les coachs ont besoin en particulier de s'adapter aux nouveaux enjeux numériques et doivent par conséquent être capables de s'approprier les outils digitaux.

Parmi les qualités et soft-skills plus traditionnels, la compétence relationnelle, l'adoption de la posture de coachs et l'établissement d'un cadre bien clair sont toujours largement plébiscités par les clients.

Les associations professionnelles mettent également en exergue un panel de compétences à travers leurs codes de déontologie. Elles sont similaires d'une association à l'autre et témoignent d'une anticipation éclairée des besoins futurs.

Parmi les compétences les plus importantes, on relève la connaissance du milieu professionnel, la parité avec les clients et l'écoute active.

Soft-skills considérées comme les plus importantes par les coachs et les superviseurs





L'offre de formation

L'offre de formation initiale et continue est conséquente et de qualité. Plus de 80 organismes de formation de coaching ont été recensés. Ils se distinguent par leur spécialité ou non (PNL, analyse transactionnelle...), la durée de leur cursus, leur tarif et leur mode d'enseignement (présentiel, distanciel).

Les clients, comme les coachs professionnels, sont de plus en plus attentifs à la réputation et à la qualité des enseignements de l'organisme.

Les acteurs de l'écosystème s'efforcent de clarifier l'offre de formation. Les fédérations ICF et EMCC par exemple délivrent respectivement des accréditations et des labels pour les organismes de formation.

La fédération internationale de coachs ICF fournit également des accréditations

L'EMCC Global accrédite les coachs et labellise les formations de coach professionnel. L'ICF Global accrédite les formations et certifie les coachs.

Les certifications professionnelles délivrées par France Compétences (formations inscrites au registre RNCP) attestent de la capacité du certifié à s'insérer sur le marché du travail (Seules une quinzaine de formations sont habilitées à délivrer un titre RNCP).

International
ICF <ul style="list-style-type: none"> Délivre des accréditations ACTP, ACSTH et CCEU Nombre de formations de notre zoom concernées pour chacune des accréditations : <ul style="list-style-type: none"> - ACSTH (11) - ACTP (16) - CCEU (10)
3 types de certifications ICF <ul style="list-style-type: none"> ACC, 100 heures de pratique PCC, 500 heures de pratique MCC, 2 500 heures de pratique

International
EMCC <ul style="list-style-type: none"> Délivre des labels EQA et ESA Formations concernées pour chacune des labellisations : <ul style="list-style-type: none"> - EQA (7) - ESQA (1)
Labélisation et accréditation EMCC <ul style="list-style-type: none"> EIA - Accréditation internationale des coachs professionnels sur 4 niveaux, supervision exigée <ul style="list-style-type: none"> Fondation praticien : 1 an de pratique Praticien : 3 ans de pratique Senior : 5 ans de pratique Master : 7 ans de pratique ESIA - Accréditation internationale des superviseurs, 1 niveau international

National (reconnu par l'Etat)
France Compétences <ul style="list-style-type: none"> Délivre des certifications professionnelles enregistrées au RNCP (Répertoire National de la Certification Professionnelle) Formations concernées : <ul style="list-style-type: none"> - RNCP (15)



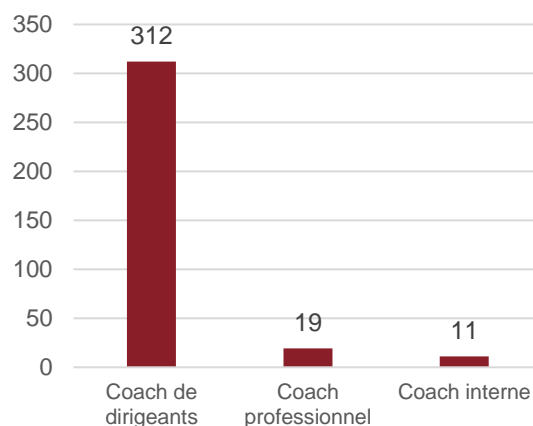
RH et recrutement

Au-delà de la formation initiale, les coachs perfectionnent leur pratique en acquérant de nouvelles connaissances via la formation continue. Un large éventail de formations existe. Il est généralement perçu comme très complet et de qualité.

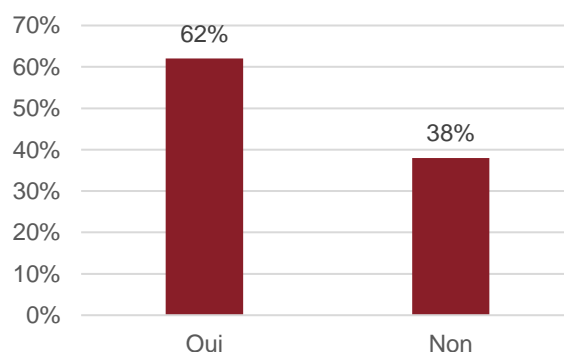
Certaines fédérations contrôlent d'une part le recours à la supervision mais exigent de plus des coachs qu'ils suivent annuellement un nombre minimum d'heures de formation continue

Lors du recrutement de coachs professionnels, les cabinets de ressources humaines et les cabinets spécialisés dans le coaching professionnel ont comme principal critère de sélection l'expérience professionnelle des candidats : une expérience professionnelle d'une quinzaine d'années en entreprise à des postes de management est généralement requise. Parmi les critères de sélection viennent ensuite la formation initiale suivie, la motivation mesurée à l'aune de la volonté de continuer à se former et d'exercer en tant que coach professionnel, etc.

Nombre d'offres d'emplois durant les 2 dernières années par recherche



% des coachs professionnels ayant le titre « coach professionnel » enregistré RNCP



PROPOSITIONS D' ACTIONS

Nos principales recommandations pour répondre aux enjeux visés par l'étude s'articulent autour des axes suivants :

La synthèse des enjeux et une présentation des actions proposées.
Un focus sur les actions jugées prioritaires

Axe de travail

1

Communiquer sur la coaching professionnel



Axe de travail

2

Structurer la profession au service de la performance individuelle



Axe de travail

3

Intégrer de nouveaux « module » de formation, blocs de compétences





Synthèse des enjeux et axes de travail

3 axes de travail pour structurer la profession afin de développer sa lisibilité et renforcer sa reconnaissance

- 1 axe avec une dimension communication importante sur le coaching professionnel
- 1 thème sur la formation pour développer des modules de formations manquants actuellement
- 1 sujet de performance individuelle via l'appartenance aux organisations professionnelles

1. Communiquer sur le coaching professionnel

Concevoir un guide à destination des acheteurs, commanditaires et talents sur le coaching professionnel

Diffuser les résultats de l'étude OPIIEC, exploiter les résultats de la présente mission

Communiquer auprès des écoles de management/RH sur le coaching professionnel :

- Première cible : formations management/RH Atlas : pilotage opéré par Atlas (limité sur le périmètre Atlas)
- Deuxième cible : le reste des formations management/RH

Créer un événement de communication commun aux différentes fédérations et associations professionnelles

2. Structurer la profession au service de la performance individuelle

Réaffirmer l'intérêt d'être membre d'une organisation professionnelle pour les coaches

Présenter aux clients les garanties apportées par l'appartenance du coach à une organisation professionnelle

Proposer des modules complémentaires aux coaches anciennement formés pour tendre vers le socle de compétences de la certification RNCP

Maintenir le strict respect des chartes et codes de déontologies au sein des organisations professionnelles... et le faire savoir

Encourager, renforcer le suivi de la satisfaction clients : contrat tripartite de début (et entretien de fin) de mission définissant les indicateurs de réussite

3. Intégrer de nouveaux « modules » de formation, blocs de compétences

Créer de nouveaux modules de formation en complément des modules existants : développement commercial / entrepreneuriat et digital

Rendre l'offre de formation plus lisible pour un observateur extérieur au monde du coaching... et pour les futurs coaches

S'assurer d'un contenu de formation suffisant autour des thèmes "digital" et "entrepreneuriat" parmi les formations certifiées

Inscrire progressivement au répertoire spécifique de France Compétences les formations des écoles de supervision



AXE 1 : Communiquer sur le coaching professionnel

Rappel des enjeux

- Le coaching professionnel est une activité qui n'est pas toujours bien comprise par le grand public ni par les entreprises clientes
- Le fait de communiquer sur le coaching peut permettre de favoriser sa démocratisation et son utilisation


Commentaires :

* Pilotage opéré par les fédérations et associations professionnelles

** Possibilité d'utiliser du contenu déjà développé par Atlas sur le coaching professionnel



Cf fiche action

Proposition d'actions	Priorité
Concevoir un guide à destination des acheteurs, commanditaires et talents sur le coaching professionnel.* 	■ ■ ■
Communiquer les résultats de l'étude OPIIEC*, exploiter les résultats de la présente mission	■ ■ □
Communiquer auprès des écoles de management/RH afin de les familiariser avec le coaching professionnel : • Première cible : formations management/RH Atlas : pilotage opéré par Atlas (limité sur le périmètre Atlas) • Deuxième cible : le reste des formations management/RH*	■ ■ □
Créer un événement de communication commun aux différentes fédérations et associations professionnelles*	■ □ □



AXE 2 : Structurer la profession au service de la performance individuelle

Rappel des enjeux

- Le coaching s'est largement démocratisé récemment et le nombre de coachs formés a fortement cru. Afin de garantir la qualité des prestations proposées par les coachs et donc pour veiller à la reconnaissance/l'image de la formation, il est nécessaire que les coachs remplissent des conditions de formation continue, supervision, etc.
- Les organisations professionnelles ont développé des obligations de formation et de supervision que doivent remplir les coachs adhérents. L'adhésion des coachs à ces organisations permet donc de garantir la performance individuelle et ce, au service de la profession.


Commentaires :

Le coût d'adhésion à certaines organisations professionnelles peut représenter un frein pour les coachs

La sélectivité à l'entrée des formations (coaching professionnel et supervision) est de plus en plus importante

Les plateformes permettent aux clients de laisser un avis sur le coaching réalisé, le système de notation/retour client devrait se généraliser

La labellisation et l'accréditation des organismes de formation et des formations est de plus en plus contraignante

Proposition d'actions	Priorité
Présenter aux clients les garanties apportées par l'appartenance du coach à une organisation professionnelle	■■■
Réaffirmer l'intérêt d'être membre d'une organisation professionnelle pour les coachs	■■■
Proposer des modules complémentaires aux coachs anciennement formés pour tendre vers le socle de compétences de la certification RNCP	■■■ 
Maintenir le strict respect des chartes et codes de déontologies au sein des organisations professionnelles... et le faire savoir	■■■
Encourager, renforcer le suivi de la satisfaction clients : contrat tripartite de début (et entretien de fin) de mission définissant les indicateurs de réussite	■■■



AXE 3 : Intégrer de nouveaux « modules » de formation, blocs de compétences

Rappel des enjeux

- L'offre de formation initiale et continue est de qualité et suffisamment étoffée. Cependant l'offre bénéficierait d'être agrémentée de modules complémentaires notamment sur les sujets du digital et de la gestion d'activité d'entreprise
- L'offre de formation est très dense : il est difficile pour une personne souhaitant se former au coaching de connaître toutes les écoles, tous les cursus existant
- Le RNCP pourrait intégrer davantage de critères d'enseignement du digital et de préparation à la gestion d'activité


Commentaires :

Possibilité de réutiliser des modules de formation communs à plusieurs secteurs d'activité et existants au sein de l'OPCO

Déjà deux formations existantes en France pour la supervision

Inciter les écoles à mettre en place des formations incluant davantage de pratique (possibilité de recourir à du coaching bénévole, de l'alternance ?)

Continuer à éclaircir les critères d'attribution de la reconnaissance des coachs par leurs pairs pour la certification, au niveau des fédérations (ex: Acc, PCC, Reconnaissance EMCC...)

Proposition d'actions	Priorité
Créer de nouveaux modules de formation ou utiliser des modules existants : <ul style="list-style-type: none"> « Former - accompagner à la pratique du digital dans le quotidien de l'activité des coachs » : <ul style="list-style-type: none"> Module générique : outils digitaux Module spécifique : outils digitaux appliqués au coaching à distance « Accompagner les coachs professionnels pour développer leur activité notamment en intégrant le digital » <ul style="list-style-type: none"> Module générique : développement d'activité Module générique : utilisation du digital pour développer l'activité (marketing digital) 	 ■■■
Rendre l'offre de formation plus lisible pour un observateur extérieur au monde du coaching et pour les futurs coachs	■■■
S'assurer d'un contenu de formation suffisant autour des thèmes "digital" et "entrepreneuriat" parmi les formations certifiées (évolution à terme du titre ?)	■■■
Inscrire progressivement au répertoire spécifique de France Compétences les formations des écoles de supervision	■■■

3 fiches d'actions prioritaires

Concevoir un guide/ kit de communication

Description de l'action
Conception d'un guide de communication à destination des acheteurs, commanditaires et talents sur le sujet du coaching professionnel
Diffusion de ce guide auprès de la cible

Cibles de l'action	Acteurs impliqués	Rôle
Acheteurs, commanditaires et talents	Fédérations et associations professionnelles	Concevoir le guide et le diffuser

Modalités de mise en œuvre
<p>Contenu du guide :</p> <ul style="list-style-type: none"> Préciser la distinction coaching professionnel - conseil - formation Expliciter les différents types de coaching professionnel Communiquer sur les bénéfices du coaching professionnel Proposer des « bonnes pratiques » pour l'achat de missions de coaching professionnel ainsi que pour l'organisation de sessions de coaching professionnel Présenter des chiffres clés du marché ainsi qu'un glossaire Nécessité d'adapter le discours à l'interlocuteur : concevoir plusieurs versions du guide

Durée estimée de mise en œuvre (en mois)	Budget estimé
<ul style="list-style-type: none"> 3 mois 	<ul style="list-style-type: none"> De l'ordre de 20 k€ en fonction des ambitions des fédérations et associations professionnelles

Conditions de réussite / Eléments d'alerte
<ul style="list-style-type: none"> Nécessité que les différents organismes professionnels travaillent de concert pour la conception du guide et qu'il soit validé par tous

Impacts / résultats attendus
<ul style="list-style-type: none"> Apporter de la visibilité sur la réalité et les intérêts du coaching professionnel et comment il doit être pratiqué. (Focus particulier sur la cible acheteurs / clients)

Critères de réussite (KPI)
<ul style="list-style-type: none"> Co-écriture du guide entre les différents organismes professionnels Nombre de lecteurs du guide

Commentaires :
<ul style="list-style-type: none"> La nécessité de concevoir un guide à la fois précis et complet mais suffisamment synthétique et vulgarisateur pour qu'il parle à des lecteurs totalement étrangers au milieu du coaching professionnel La possibilité de fournir plusieurs niveaux de détails et de cibler plusieurs publics (déclinaison du guide)

Créer des certifications de compétences dotées d'une reconnaissance nationale

Description de l'action
Développer des certifications visant des compétences additionnelles et assurer leur reconnaissance par un enregistrement au RS de France compétences.
Exemple :
<ul style="list-style-type: none"> Création ou installation d'une structure de service de coaching Recueil de données et analyse du besoin en vue de l'élaboration de propositions de prestations de coaching Préparation et animation d'une séance de formation Réalisation de la mission de coaching
Promouvoir la VAE vers des certifications existantes par l'identification des blocs de compétences correspondants aux formations suivies et construire des passerelles/des équivalences entre les contenus des formations suivies et les certifications RS créées.

Cibles de l'action	Acteurs impliqués	Rôle
Organismes de formation et les coachs professionnels	<ul style="list-style-type: none"> OPCO France Compétences Organismes de formation 	<ul style="list-style-type: none"> Développer ces certifications

Modalités de mise en œuvre
<ul style="list-style-type: none"> Mise en œuvre selon les processus ATLAS: <ul style="list-style-type: none"> Opportunité à conforter par ATLAS, accompagné de la branche qui doit préciser les besoins Contenu à préciser et à corédiger avec la branche

Durée estimée de mise en œuvre (en mois)	Budget estimé
<ul style="list-style-type: none"> 9 mois 	ND

Conditions de réussite / Eléments d'alerte
<ul style="list-style-type: none"> Veiller à la reconnaissance de ces qualifications par les coachs et les entreprises clientes

Impacts / résultats attendus
<ul style="list-style-type: none"> Permettre à des coachs professionnels de faire reconnaître les compétences acquises Favoriser l'accès à la formation des coachs par la possible mobilisation de leur CPF

Critères de réussite (KPI)
<ul style="list-style-type: none"> Nombre de coachs professionnels demandeurs de la qualification/certification Nombre de certifications obtenues

Commentaires :
<ul style="list-style-type: none"> La possibilité de se baser sur ces certifications pour la construction d'une future VAE

Mettre en place des modules de formation

Description de l'action
Créer de nouveaux modules de formation
<ul style="list-style-type: none"> « Former - accompagner à la pratique du digital dans le quotidien de l'activité des coachs » : <ul style="list-style-type: none"> Module générique -> outils digitaux Module spécifique -> outils digitaux appliqués au coaching professionnel à distance « Accompagner les coachs professionnels pour développer leur activité, notamment en intégrant le digital (marketing digital) » : <ul style="list-style-type: none"> Module spécifique -> développement commercial et développement d'activité : spécificités de l'activité de coach et de superviseur professionnel

Cibles de l'action	Acteurs impliqués	Rôle
Organismes de formation	<ul style="list-style-type: none"> OPCO Organismes de formation 	<ul style="list-style-type: none"> Développer les nouveaux modules

Modalités de mise en œuvre du module spécifique
<ul style="list-style-type: none"> Nécessité de développer des modules faisant la part belle à la pratique Format : hybride présentiel/distanciel Durée : entre ½ journée et 2 jours pour chaque module Module dispensé en formation continue (formation initiale déjà dense) Veiller à la bonne articulation avec les actions ATLAS existantes

Durée estimée de mise en œuvre (en mois)	Budget estimé
<ul style="list-style-type: none"> 9 mois 	<ul style="list-style-type: none"> A définir

Conditions de réussite / Eléments d'alerte
<ul style="list-style-type: none"> Définir finement le besoin des coachs pour développer une offre de formation la plus pertinente possible (en particulier sur le format et la durée)

Impacts / résultats attendus
<ul style="list-style-type: none"> Permettre aux coachs professionnels de développer plus facilement leur activité et d'utiliser avec davantage d'aisance les outils digitaux à la fois pour leur coaching professionnels mais aussi pour leur développement commercial (marketing digital par exemple)

Critères de réussite (KPI)
<ul style="list-style-type: none"> Retour d'expérience des coachs professionnels ayant suivi la formation à T + 6 mois quand à l'utilité et la qualité des modules de formation Nb de personnes formées

Commentaires :
<ul style="list-style-type: none"> Deux thématiques de formation sont disponibles sur la plateforme CampusAtlas pour aider les coachs à développer leur activité : 1 AC « Relations commerciales » et 1 AC « Management stratégique d'une TPE/PME » Si les modules de formation au digital sont inclus dans la commande de refonte de l'AC « Coach pro », seuls les coachs ayant le statut de salarié pourraient bénéficier de l'AC

RETROUVEZ
LE RAPPORT COMPLET
DE L'ÉTUDE SUR
OPIIEC.FR



OPIIEC

Observatoire Paritaire des
métiers du Numérique, de
l'Ingénierie, du Conseil et de
l'Événement

25 quai Panhard et Levassor
75013 PARIS

opiiec@opiiec.fr

www.opiiec.fr