

LE COACHING, UN OUTIL ÉCONOMIQUE QUI GÉNÈRE DU ROI

Un peu plus de 13 ans après la fondation de son entreprise Training & Coaching Square, Marleen Boen est bien forcée de constater que le monde des entreprises fait toujours preuve de beaucoup de réticence par rapport au coaching. En ajoutant Trends-Tendances à son marketing mix, elle secoue cette aura un peu floue qui entoure son activité et qui plane sur l'ensemble de son secteur.



D.G.A.D. STEVEN VAN GENECHTEN, NATACHA CIEZKOWSKI ET MARLEEN BOEN



Qu'est-ce qui fait la particularité de Training & Coaching Square dans son secteur ?

MARLEEN BOEN : « Lors de notre lancement au début des années 2000, nous étions des pionniers. Nous avons créé un institut dont le but était d'asseoir le business du coaching. C'était du jamais vu. Nous étions d'ailleurs aussi les seuls en Flandre à détenir une certification internationale pour former des coaches. L'ACTP (Accredited Coaching Training Program) est le certificat le plus élevé dans ce domaine. Cela nous a permis d'amener un certain nombre de coaches belges au rang de Professional Certified Coach. »

Ce coaching, c'est quoi ?

MB : « Notre définition du coaching est un « élargissement de la perception ». L'objectif du coaching est donc de changer le regard des gens sur les choses. On ne change pas le comportement de quelqu'un en le menaçant avec un bâton, mais en l'amenant à penser autrement. Une personne qui a toujours été persuadée que seul un travail acharné lui permettra de réussir se rendra compte qu'elle peut arriver à la même chose, voire plus, en travaillant de façon plus intelligente, et en se montrant ouverte aux idées des autres. Comprendre cela l'amène à se comporter autrement ! »

Qui sont vos clients ?

MB : « Nous nous adressons aux entreprises qui veulent travailler de façon innovante, initier un trajet de transformation. Ces entreprises ont compris que pour cela, il n'y a pas que leurs processus qui doivent changer mais aussi leurs collaborateurs. Nous visons des entreprises qui veulent offrir à leurs collaborateurs l'opportunité de sonder leurs convictions et leurs valeurs, et de changer leur comportement de façon ciblée. Des entreprises dont les managers comprennent enfin que leur management sera beaucoup plus efficace s'ils changent leur façon d'écouter. En faisant cela, ils verront leur métier de manager changer, devenir plus agréable voire plus plaisant. Sans les mener droit au burn-out. C'est ça notre mission : revaloriser le métier de manager. »

L'EFFET DE LA MÉTAPHORE

MB : « Pour bien faire comprendre notre produit et son « contenu », je voudrais user d'une métaphore. Je dirais que chacun d'entre nous est un diamant brut. C'est une métaphore intéressante : une fois taillé, ce diamant brut

« Notre mission ?
Revaloriser le métier
de manager. »

donne un produit très complexe, un brillant avec 84 facettes. Faire évoluer une personne est tout aussi complexe, cela ne se fait pas avec un « quick fix ». Nous posons donc aux chefs d'entreprise la question suivante : « Faites-vous tout ce qu'il faut pour que vos collaborateurs étincellent comme des brillants ? » C'est aussi simple que cela ! »

SECOUER LE COCOTIER

NATACHA CIEZKOWSKI, Associate Certified Coach : « Au cours de l'année dernière, nous avons fait publier 4 articles d'opinion de Marleen dans Trends. Nous avons maximisé ce contenu en l'utilisant également via notre propre média social et dans des newsletters. Dans Trends, ces articles sont parus dans la série 'Parole d'expert'. »

MB : « Notre idée était de faire un peu de provocation pour secouer une bonne fois le cocotier. Notre message aux managers n'est pas « Continuez tranquillement comme vous faites actuellement ». Nous voulons provoquer le changement. C'est le message fondamental des articles qui ont été publiés. »

SOURCE D'INFORMATION POUR LES DÉCIDEURS

STEVEN VAN GENECHTEN, Account Manager B2B chez Roularta Media : « L'Echo, De Tijd, Trends/Trends-Tendances ont organisé ensemble la Decision Makers Survey. D'après les résultats de cette enquête, c'est principalement dans les magazines et les sites Web que les décideurs puisent l'information et l'inspiration pour leur business. Forts de ce constat, nous avons développé un plan de contenu cross-média au sein duquel nous avons développé les articles d'opinion et l'expertise de Marleen sur le secteur HR, et nous avons combiné tout cela dans un dossier numérique sur Trends.be. »

UN EFFET POSITIF SUR TOUT LE SECTEUR

MB : « Notre présence dans Trends a consolidé notre image et renforcé notre crédibilité. Des avantages qui ne se limitent pas à mon entreprise mais qui s'étendent à tout le secteur. Nous sommes des précurseurs, et nous voulons le rester. »

