

Master Class : Se lancer comme coach : oser prendre sa place et se positionner vis-à-vis de soi et des autres

Vous êtes certifié coach, mais et maintenant ? Coaching de vie, coaching parental, coaching professionnel... Les spécialisations sont variées et le nombre de personnes formées pour devenir coach augmente chaque année. Pourtant, il y a de la place pour tout le monde, il suffit de trouver la vôtre. Cette formation vous aidera à vous positionner, à affiner votre offre et votre communication en alignement avec vos valeurs.

Objectifs

- Identifier les valeurs qui vous ont menées vers le coaching comme activité professionnelle (vécue ou désirée)
- Identifier votre clientèle
- Fixer le cadre des séances et poser la juste distance (aspects déontologiques)
- Valoriser son travail et trouver son tarif
- Communiquer sur son activité
- Créer son story telling

Contenu

Partant du principe que ce sont des coachs certifiés (ou en voie de l'être très prochainement), nous reviendrons brièvement sur la posture du coach, mais nous axerons la formation sur **comment mettre en valeur leur activité** à travers divers exercices en sous-groupe, suivi de partage en plénière.

Pour ce faire, nous travaillerons sur leur histoire, ce qui les a menés au coaching, quelles valeurs sous-tendent leur parcours, dans l'idée de construire une communication congruente sur leur activité.

Ils affineront également la question suivante "à qui je m'adresse" » et développeront leur "persona" pour leur future clientèle.

La nécessité de cadrer les séances et de poser la "juste distance" sera développée en filigrane de la formation et structurée dans un exercice sur la création de leur propre charte de déontologie ou carte éthique.



Nous affronterons la question souvent taboue des finances pour apprendre à déterminer son juste prix, qui n'est pas immuable dans le temps et selon les situations.

Une fois ces points éclaircis, nous terminerons la formation avec l'aspect communication : comment se raconter pour attirer sa clientèle, que raconter ? Quels médias sont intéressants pour leur profil et comment les utiliser au mieux. Nous verrons même comment rédiger un communiqué de presse et les éléments indispensables à mettre sur son site Internet.

Méthodologie

En variant théorie, exercices pratiques, jeux de rôles (mise en situation) et partages, les participants auront une vue plus claire, des objectifs aux critères "coach" et un plan d'action pour se lancer le plus sereinement possible.

Public

Coachs certifiés ou en voie de l'être et ayant peur de franchir le pas et d'offrir leurs services.

Le tarif comprend les 2 jours de formation et le livre "Changer de vie et devenir coach" écrit par Magali Mertens et paru aux Editions Jouvence.

