

I° - INTRODUCTION

L'ENTRETIEN

II° - L'ACCUEIL

II° - LE CADRE

III° - LE CONTRAT

IV° - LES CINQ ETAPES DE L'ENTRETIEN

V° - LES OUTILS INDISPENSABLES

V°I – L'ECOUTE

V°II – L'ART DU QUESTIONNEMENT

V°III ° - LES BASES DE LA COMMUNICATION

I° - INTRODUCTION

Pour un accompagnement optimal, le conseiller devra maîtriser les techniques relationnelles telles que l'empathie, la reformulation et la capacité à décoder la communication verbale et non verbale. Il s'assurera de la bonne compréhension de son interlocuteur face aux messages transmis. Un entretien doit être structuré si l'on veut obtenir des résultats concluants. Ce module mettra en évidence les outils indispensables pour le bon déroulement d'un entretien.

Il est important de retenir que le conseiller en Christ a deux caractéristiques « le sel et la lumière » :

Matthieu 5 : 13 « Ce que le sel est pour les aliments, vous l'êtes, vous, pour cette terre. Si le sel devient insipide, avec quoi lui rendra-t-on son pouvoir salant ? Il ne sert plus à rien. Il n'y a qu'à le jeter dehors où il sera piétiné par les passants. 14 Vous êtes la lumière de ce monde. Quand une ville est construite au sommet d'une colline, elle ne saurait échapper aux regards. »

L'ENTRETIEN

Quelques conseils avant le début d'un entretien :

Le conseiller doit être conscient de son identité en Christ. *Galates 2 : 20*

Remettre tout le travail sous :

- La direction du Saint Esprit : *Jean 16 : 12 - 13*
- L'inspiration du Saint-Esprit : *Jean 14 : 25 – 26, Éphésiens 2 : 2*

II°- L'ACCUEIL

L'accueil est une étape importante et déterminante pour un accompagnement. Il permet de donner une impression que retiendra le client et qui pourrait conditionner la suite de l'accompagnement. Une mauvaise perception du client pourrait influencer directement sur les motivations de celui-ci. Le conseiller devra optimiser la prise de contact en initiant une relation de confiance afin de créer les conditions favorables à une bonne communication et préserver l'intimité.

Cette première étape consiste à instaurer une relation de qualité, où l'écoute, la disponibilité et la réceptivité du conseiller mettront le client en confiance. Elle lui permettra de s'exprimer librement et d'exposer ses difficultés.

Pourquoi un bon accueil ?

- Parce que vous êtes Christ sur la terre et que vous devez manifester de l'amour.
- Une marque de considération, de respect et de disponibilité.
- Pour instaurer une convivialité.
- Pour établir une atmosphère de sécurité suscitant une motivation à continuer.
- **Le Conseiller efficace est habituellement conscient de la qualité de sa présence face à l'autre.**

Attention, n'utilisez pas de phrases toutes faites, et identiques dans tous les entretiens. Chaque personne est différente et aborde à sa manière le récit de ses expériences.

III°- LE CADRE

Certains clients jaugeront votre capacité à les accompagner par le cadre dans lequel vous les accueillerez. L'ordre, la netteté, la propreté, la structuration de tout document dans le visuel de celui-ci. Le cadre doit être neutre, et favoriser le focus sur l'entretien. Votre tenue autant vestimentaire que verbale, viendra parfaire le cadre.

III° LE CONTRAT

Le contrat est un accord passé au cours du premier entretien entre le client et le conseiller. Il peut être rappelé par la suite uniquement si cela est nécessaire. Il doit être clairement défini, précis, concis, souple, car il comportera leurs attentes mutuelles. Il constitue les fondements du travail d'aide qu'ils entreprennent.

Le contrat n'est pas définitif dès la première séance. Le conseiller pourra à tout moment le réviser, le réévaluer et le réajuster au fil des entretiens.

Sans contrat, le conseiller s'expose à toutes sortes de dérives.

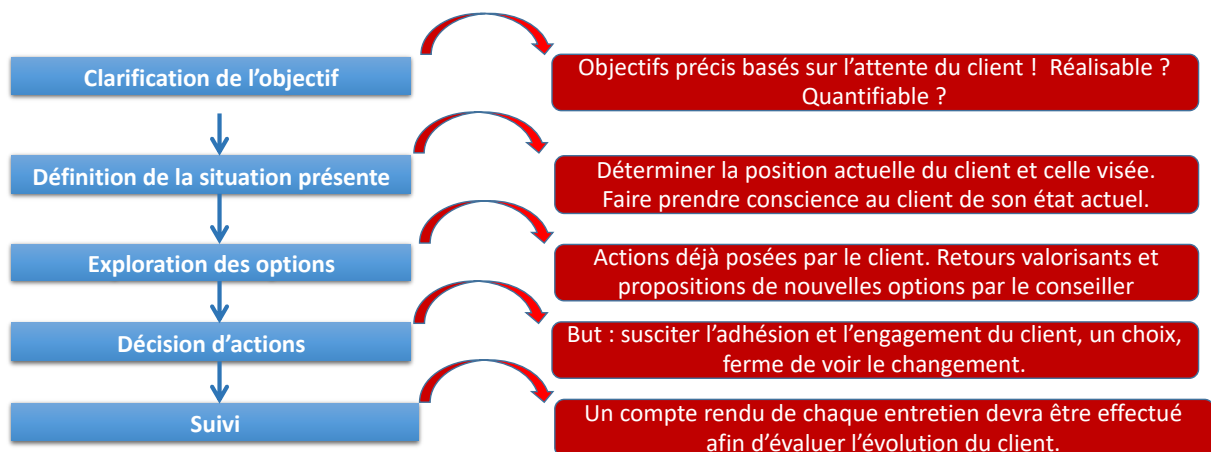
La notion de contrat signifie que le client est informé par le conseiller de la façon dont celui-ci procédera, de la nature de la relation d'aide et de la part de chacun.

Exemple de contrat :

1. Le cadre de la séance.
2. Les dates prévues (le nombre d'entretien prévu).
3. Le temps : la durée prévue.
4. L'objectif : le ou les buts de cette séance.
5. Le rôle et les statuts : la présentation de chacun, les fonctions respectives définies et clarifiées.

La clarification du contrat peut devenir le principal objectif de l'entretien, quitte à différer à un autre rendez-vous le travail proprement dit.

IV° - LES CINQ ETAPES DE L'ENTRETIEN



V°- LES OUTILS INDISPENSABLES

V-1° L'ECOUTE

Parmi les compétences de base du coach, l'écoute est l'un des outils essentiels qu'il a besoin de développer pour créer une relation positive avec son client. L'écoute est une qualité subtile et complexe.

Elle est à la fois une posture philosophique et technique, une attitude d'ouverture à l'autre afin de créer un espace de liberté d'expression et de reconnaissance de sa pensée.

Il s'agit d'accepter l'autre tel qu'il est, comme un sujet en développement non figé mais en devenir.

L'écoute c'est :

- Faire silence à l'intérieur de soi (un espace entre le conseiller et le client ; occulter tout jugement interne sur le client).
- Prêter l'oreille.
- Accueillir la vision du monde de l'autre.
- Accueillir l'autre dans ce qu'il vit.
- Un message de la part du coach qui dit : « tu existes, je te reconnais, je t'accueille dans tout ce que tu es ».

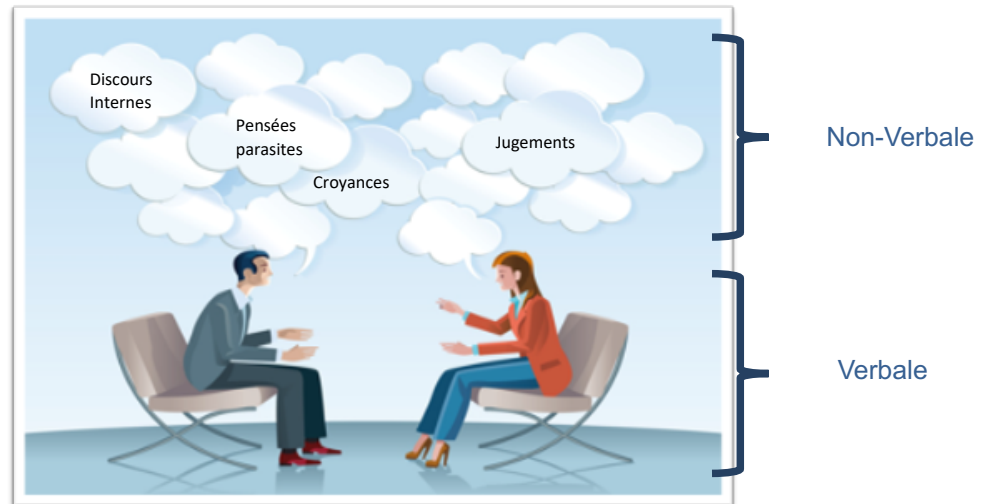
Les exigences de l'écoute :

- Se mettre d'abord à sa propre écoute afin **d'être conscient** de ce qui se passe **ici, maintenant** en soi. Ce n'est qu'à partir de là que le coach peut se rendre disponible pour l'autre.
- Offrir **une attention authentique**, libre de tout jugement. **Manifester sa confiance** dans la capacité du coaché à trouver ses réponses et son chemin.
- **L'écoute silencieuse et empathique** : un espace offert par le coach pour que le coaché puisse s'exprimer. Le coach cherche à se mettre à la place du client pour ressentir ses émotions. L'on a souvent peur du silence. Néanmoins, cela vaut le coup de tester l'écoute silencieuse.
- **Se mettre à sa propre écoute (ce qui se passe à l'intérieur de soi)** maintenant pour ensuite **se mettre à la disposition de l'autre**.
- **L'écoute active** : elle consiste à réagir et à relancer pour préciser une pensée, un mot, une expression. Offrir une **attention authentique libre de tout jugement**.
- **La reformulation** : « **si je comprends bien ce que vous me dites, c'est... et on utilise ses propres mots** ». Elle est valable seulement si l'autre valide. Le but est de confirmer les propos du client.

Les obstacles à l'écoute

- **Le manque de disponibilité** (pressé, un temps limité)
- **Les pensées parasites, les discours internes** : (il s'agit de tout ce que vous pouvez vous raconter dans votre tête. *(Je suis préoccupé par autre chose)*)

Les obstacles à l'écoute



VII° - L'ART DU QUESTIONNEMENT

Quel que soit le contexte d'un entretien, le questionnement est un des outils de base du coach. C'est **un art** (un savoir-faire, une dextérité) qui allie le sens du contact à une habileté à utiliser le langage. L'art du questionnement consiste à savoir poser la bonne question au bon moment.

Quel est le but du questionnement ?

- Recueillir l'information
- Aider le coaché à augmenter son niveau de conscience
- Découvrir sa vision du monde
- Clarifier la demande
- Définir l'objectif.

Les différents types de questions :

La question ouverte : elle sert à faire parler le client. Elle lui donne la possibilité de s'ouvrir et lui offre un espace pour prendre la parole. Sa parole est alors prise en compte, elle a de la valeur : c'est une manière de lui dire qu'il compte et qu'il a de l'importance.

Elle commence par : **De quelle manière ? De quelle façon ? Comment ? Pourquoi ?**

Elle permet de **recueillir une grande quantité d'informations** à partir des réponses développées.

Jean 3:4 « Nicodème lui dit : Comment un homme peut-il naître quand il est vieux ? »

La question fermée : elle sert à cerner un sujet, à clarifier une position, à faire prendre un engagement.

Elle commence par : **Avez-vous ? Faites-vous ? Êtes-vous ? Croyez-vous que ?**

Elle induit une réponse OUI ou NON.

Matthieu 9:28 « *Lorsqu'il fut arrivé à la maison, les aveugles s'approchèrent de lui, et Jésus leur dit : Croyez-vous que je puisse faire cela ? Oui, Seigneur, lui répondirent-ils.* »

La question à choix illusoire : elle est directe et permet de contenir, d'orienter la réponse en donnant le choix entre deux opportunités présélectionnées.

Exemple : Pour quel jour opteriez – vous ? Lundi ou mardi ?

Jean 9 : 2 « *Ses disciples lui firent cette question : Rabbi, qui a péché, cet homme ou ses parents, pour qu'il soit né aveugle ?* »

La question relais : structurante, elle permet d'explorer et d'approfondir le sujet. Elle relance et active le dialogue et contribue à faire des liens ou des associations.

Elle commence par : En quoi ? C'est-à-dire ? En quel sens ? Dans quelle mesure ? A quel niveau ? Dans quel cas ?

La question miroir : le but est d'expliquer, de préciser, d'affiner, de valider. Elle permet de vérifier que le message est bien compris.

Elle peut prendre deux formes :

- **La reformulation** ou la reprise de la phrase précédente.
- **La redéfinition** qui consiste à traduire dans son propre langage ce que veut dire l'autre.

La question suggestive : ce type de questionnement à consommer à bon escient et avec modération se révèle être très efficace pour avancer dans l'accompagnement. La question suggestive permet de suggérer et d'influencer. **Attention, il ne s'agit pas de manipuler !**

Elle prend une tournure interronégative : ne pensez-vous pas que... ?

Elle induit la réponse.

1 Corinthiens 3 : 16 « *Ne savez-vous pas que vous êtes le temple de Dieu, et que l'Esprit de Dieu habite en vous ?* »

La question alternative : elle a pour but d'élargir les options et d'offrir d'autres propositions de choix.

Exemple : Que pouvez-vous faire d'autres ?

Luc 9 : 20 « *Et vous, leur demanda-t-il, qui dites-vous que je suis ? Pierre répondit : Le Christ de Dieu.* »

VII° - LES BASES DE LA COMMUNICATION

La communication demeure l'un des outils principaux utilisés lors d'un entretien.

Le message a trois composants :

- **Le contenu** : ce que je dis, les mots. Cela représente **10 %** : l'idée n'est pas de dire que le contenu n'a pas d'importance mais c'est de dire quel est l'impact du message dans son contenu ...
- **La manière** (la partie verbale) dont vous vous exprimerez : l'intonation, la voix le rythme, ... Représente **50 %**.
- **La partie non verbale** = le corps c'est-à-dire l'attitude, la position, la tonicité... qui représente **40%**

Les règles de base :

Les raisons réelles des problématiques exposées par le client peuvent être assimilées à un iceberg. Le client exposera principalement la partie extérieure, visible, qui n'est généralement pas la source principale du problème.

L'iceberg : est un morceau de glace dont une partie est visible et une partie est invisible.

- **La partie émergée** est celle de notre conscience = ce que j'observe consciemment.
- **La partie limite** : correspond au préconscient et au subconscient = le préconscient c'est ce que je capte mais dont je ne me rends pas compte. Cependant, je le découvre quand je m'y penche sérieusement pour réfléchir à la question
- **Et la partie en dessous qui est invisible**, c'est l'inconscient = c'est ce qui est de l'ordre de l'éducation, l'automatisme, l'intérieur, le machinal...

Ce qui a le plus d'impact dans la communication, c'est ce qu'il y a en dessous, ce dont on n'est pas conscient.

Les éléments constitutifs de la communication en entretien :

Le contexte : le contexte dans lequel on se trouve n'aura pas le même impact que dans un autre. Il convient de bien le définir et de ne pas l'assimiler à d'autres cas.

Rencontrer l'autre dans sa différence : la communication a pour but de percevoir la vision du monde de l'autre qui est différente de la mienne.

La qualité de la communication se mesure au feed-back : le conseiller devra veiller à ce que le message transmit soit reçu, compris, par le client. Si une incompréhension est constatée, le conseiller devra changer sa manière de communiquer.

La qualité de la relation dépend de la forme plus que du fond : L'on peut être d'accord sur le fond mais pas sur la forme : deux personnes peuvent se disputer sans même se rendre compte qu'elles sont en accord.