

CONTRAT DE COACHING

QUELQUES REFERENCES

NORTEL NETWORKS ALTADIS CEGELEC POINT P ATLANTIC
DELPHI ROCHE DIAGNOSTIC ALSTOM LIPHA SANTE
EURALTECH STERIA ESCP EAP (École Supérieure de Commerce de
Paris TRIUNE engineering (Singapore) BP GARZON (Budapest)
BOSCH systèmes de freinage MERCURY Interactive

Donneur d'ordre

Client



Date

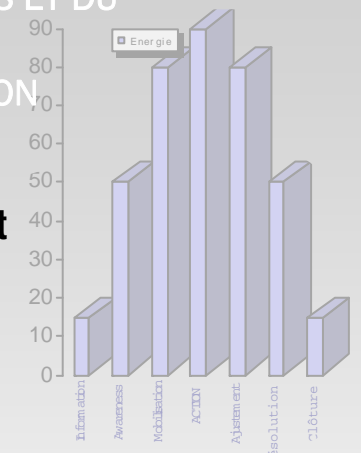


« L'expérience c'est ce que nous sommes capables
d'apprendre lorsque nous n'obtenons pas ce que
nous désirons »

TEAM BUILDING
LEADERSHIP
RÉSOLUTION DE CONFLITS
MANAGEMENT DES ÉQUIPES
MAÎTRISE DES PROCESSUS ET DU
TEMPS
CONSEIL DE DIRECTION



**Conseil en développement
des organisations
Coaching
Formation**



Membre du réseau international des Gestalt consultants





Informations sur le Coach



Diplômé de l'École Centrale de Lyon et titulaire du MBA de l'École Supérieure de Commerce de Paris, Dino RAGAZZO a été successivement Technicien commercial, Ingénieur d'essais, Directeur Technique, chef d'entreprise et Conseiller de la Direction Générale d'un grand groupe Industriel.

Il totalise plus de 25 années d'expérience opérationnelle en milieu industriel - entre autre CEGELEC et FRAMATOME - où il a participé à la mise en service d'installations nucléaires.

Pendant 7 ans, il dirige une PME d'ingénierie électrique et maintenance nucléaire. Cette expérience renforce son expertise de la stratégie d'entreprise, du marketing, de la négociation d'importants contrats et des Ressources Humaines. Il obtient la qualification EDF nucléaire et la certification ISO 9000.

Son savoir-faire original, issu de la GESTALT pour milieu professionnel (enseignée par l'école Parisienne de Gestalt et l'institut de CLEVELAND - USA), accompagne avec succès le développement d'organisations diverses en environnements concurrentiels depuis 1998.

Table des matières

Leadership et performance	4
Leadership Impact	5
Les impacts mesurés	7
Contrat de Coaching	10
Code de déontologie	14
Informations sur le Coaching	17
Informations sur le Coach	18



Leadership et Performance

Des recherches ont montré que deux facteurs essentiels déterminent l'efficacité d'un leader sur la performance d'un système : sa **stratégie de leadership** et la qualité de son **impact** sur les autres.

Impact Constructif et impact Défensif

Que ce soit intentionnel ou non intentionnel, de manière directe ou indirecte, un leader influence son environnement et inspire les comportements des gens autour de lui. Par exemple s'il est souvent suspicieux et arrogant, il y a de fortes chances pour qu'il inspire en retour des attitudes suspicieuses et agressives de la part son environnement le plus proche.

La qualité de notre impact sur les autres peut être de deux natures opposées : constructive ou défensive.

Un impact constructif incite les gens à penser et à se comporter de façon coopérative orientée résultats. Le leader laisse à ses collaborateurs l'initiative de la réalisation des tâches dont ils sont responsables pourvu qu'ils fournissent les résultats attendus. Cette influence favorise le développement individuel et collectif de la performance.

Un impact défensif induit des modes de pensée et des comportements passifs ou agressifs ayant pour finalité la protection des statuts et des positions des collaborateurs.

Il a été montré que les comportements constructifs donnent de meilleurs résultats sur la performance que les comportements défensifs.

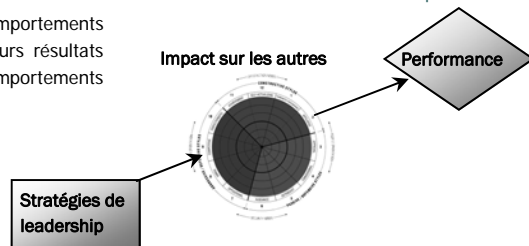
Stratégies Prescriptives et stratégies Restrictives

Deux types de stratégies de leadership sont observées dans les organisations : les stratégies prescriptives et les stratégies restrictives.

On dit d'une stratégie qu'elle est prescriptive lorsqu'elle conduit à la définition d'orientations, de structures adaptatives et de processus support ayant pour finalité de résoudre efficacement les problèmes posés. Les leaders qui utilisent cette stratégie cherchent, par exemple, à fixer des objectifs motivants et réalistes, à établir des plans pour atteindre ces objectifs et les réaliser avec enthousiasme. Ils encouragent les autres à être attentifs aux besoins des clients, des collègues, du management et à interagir de manière amicale et constructive.

Une stratégie est restrictive lorsqu'elle se focalise essentiellement sur des interdictions ou des contraintes. Dans ce cas, le leader favorise, par exemple, la dépendance de ses collaborateurs, freinant toute initiative personnelle, il favorise également la compétition interne de ses collaborateurs dans un schéma gagnant/perdant où tout est mis en œuvre pour renforcer sa sécurité personnelle avant toute chose.

La démarche présentée ici se propose de promouvoir le développement des stratégies et des techniques de leadership ainsi que leur impact sur le développement et la performance des autres et donc de l'entreprise.



Informations sur le Coaching

Définition du SYNTEC : « Le Coaching est l'accompagnement d'un manager, ou d'une équipe, favorisant l'optimisation de leurs atouts humains et professionnels pour un meilleur exercice de leurs responsabilités au sein de leur entreprise. »

La relation est le pilier sur lequel se fonde le Coaching. Le Coach et le Client développent, à dessein, une relation caractérisée par une appréciation et un respect mutuels constamment nourris.

Le Coach accompagne son Client afin que, en tant qu'individu, il sache développer ce qui, en lui, va lui permettre d'atteindre la performance et donc d'obtenir des résultats, en fonction de son contexte et de son environnement.

Lors de chaque séance, le Client choisit le sujet de conversation; le Coach écoute et contribue à la conversation en posant des questions et en faisant des observations. Il fait également appel à des outils et des techniques afin d'apporter à son Client un éclairage complémentaire sur lui-même et / ou son environnement. Cette interaction permet d'instaurer une clarté et d'orienter le Client vers une attitude active. Le Coaching accélère les progrès du Client en assurant une plus grande focalisation et une prise de conscience des choix. Chaque séance se concentre sur ce que le Client est aujourd'hui et sur ce qu'il est prêt à entreprendre pour arriver à son but.

Le coaching se concentre essentiellement sur le présent et le futur.

Le travail de coaching s'autorise liberté et flexibilité pour l'exploration d'une large variété de sujets professionnels et personnels. Au cours de chaque séance, le Client et le Coach définissent librement le périmètre de leur travail.

Le Client s'engage à la plus grande honnêteté vis à vis de son Coach et surtout de lui-même ! Ce travail étant exclusivement pour lui, il ne saurait se faire sur des omissions.

Le Coach s'engage à protéger son Client et à la plus grande confidentialité.

Extraits du rapport d'étude de SYNTEC des Conseils en évolution professionnelle -- Février 2001. « Les entreprises parlent du coaching. »

2/3 des entreprises interrogées par le SYNTEC définissent le coaching comme la méthode adaptée au développement professionnel et à l'évolution des comportements.

50% des entreprises interrogées par le SYNTEC ont déjà prescrit une démarche de coaching.

90% des entreprises interrogées par le SYNTEC ayant expérimenté le coaching se déclarent satisfaites.

80% des entreprises interrogées par le SYNTEC recommandent le coaching dans les situations suivantes : amélioration du leadership, du style de management, élargissement des responsabilités.

Les compétences techniques les plus attendues d'un Coach sont : Management, Psychologie, maîtrise des relations interpersonnelles et connaissance des organisations.

Le coaching est massivement perçu (plus de 85% des entreprises interrogées par le SYNTEC) comme un investissement à long terme doublement profitable à l'individu et à l'entreprise.



Intégrité : Le Coach s'interdit :

- d'accepter pour une mission déterminée, toute autre rémunération que celle convenue avec le Client.
- de solliciter ou d'accepter d'un tiers, à l'insu de son Client, tout avantage, commission ou rétribution de quelque nature que ce soit.
- toute démarche, manœuvre ou déclaration pouvant directement ou indirectement nuire à la réputation d'un confrère ou être préjudiciable à ses affaires.
- pour obtenir des affaires, de recourir à des moyens incompatibles avec la dignité de la profession, et en particulier de publier des annonces ou des textes à caractère laudatif.

Confidentialité : Le Coach s'engage à respecter les règles du secret professionnel garantissant la stricte confidentialité des informations qui concernent le Client et ses partenaires éventuels. Le Coach s'engage à ne divulguer aucune information concernant le Client ou ses partenaires éventuels sans leurs autorisations expresses.



LEADERSHIP IMPACT (L/I) ©

Que ce soit de manière intentionnelle ou non, directe ou indirecte, les cadres peuvent avoir une influence considérable sur le comportement et les performances de leurs collaborateurs, de leurs collègues et de leur environnement professionnel. La nature de cette influence est gouvernée par les stratégies de leadership et les modes d'interactions de ces cadres avec les autres.

Comment ça marche ?

Le manager qui accepte de s'engager dans cette démarche désigne au moins 8 acteurs de l'équipe environnante (Hiérarchie, collègues, collaborateurs directs...) pour le décrire.

Des questionnaires , renseignés en 30 minutes environ, sont alors remis à chaque participant. Chaque questionnaire comporte environ 160 énoncés décrivant la plupart des comportements que le style de leadership du manager concerné par cette enquête

peut provoquer autour de lui ainsi que les moyens qu'il utilise pour influencer les autres. Cette évaluation de l'impact du leadership des managers dans les entreprises (L/I), développé par le Dr Robert A. Cooke de l'université de Chicago , fournit une image ponctuelle concernant :

- L'efficacité du leadership , sur le plan personnel et organisationnel

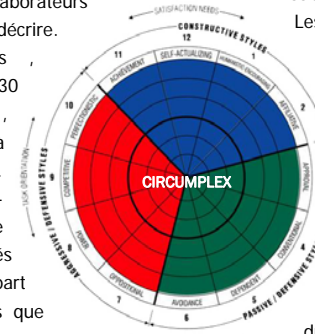
- La qualité de l'impact du leadership
 - Les stratégies de leadership
- Cette évaluation permet également de comparer l'image idéale (projetée par le manager) avec l'image perçue par l'équipe environnante.

L/I mesure 12 impacts différents. Les résultats sont notamment présentés sur un «CIRCUMPLEX» . Ce diagramme circulaire est normé . Il permet donc aux cadres de comparer leur propre situation à plus de 500 autres managers de tous secteurs d'activités dans le monde entier.

Efficacité du leadership

Les critères suivants sont pris en compte pour évaluer l'efficacité du leadership:

- Capacités à motiver, à mobiliser; Vision, orientation vers le futur; équilibre court terme / long terme...
- Maîtrise de soi, aisance personnelle; maturité pour des responsabilités plus importantes; capacité à recevoir du feedback et à s'engager dans une démarche de développement personnel.



CIRCUMPLEX : Recherche et développement : Robert A. Cooke, Ph.D. et J Clayton Lafferty, Ph.D. Copyright © 1987-2007 par Human Synergetics. Reproduit avec autorisation CIRCUMPLEX : Research and development by Robert A. Cooke, Ph.D. and J Clayton Lafferty, Ph.D. Copyright © 1987-2007 by Human Synergetics. Used by permission.

Impact du leadership

Quatre des impacts mesurés par L/I sont Constructifs et favorisent la résolution de problèmes, la prise de décision, le travail en équipe et l'efficacité durable. Les huit autres impacts sont défensifs et perturbent l'efficacité et la performance de l'entreprise.

Stratégies de Leadership

Les stratégies de leadership regroupent l'ensemble des méthodes mises en œuvre



par les leaders pour entraîner l'organisation dont ils ont la responsabilité (ainsi que ses membres) vers un objectif espéré. Le L/I étudie 10 composantes de ces stratégies selon une échelle allant du mode restrictif au mode prescriptif. Ces 10 composantes décrivent des postures adoptées au niveaux individuel, équipe et entreprise. Ces postures sont: **Vision - Modèle - Mentoring - Stimulation de la pensée - Références - Vigilance - Réponse - Renforcement - Influence - Composition.**

Une démarche robuste

Selon le SYNTEC , le coaching des cadres dans les entreprises à pour motivations essentielles :

- Amélioration du leadership
- Préparation à l'accès à des responsabilités plus importantes

- Perfectionnement d'attitudes managériales

Le développement des compétences managériales des cadres inspire le développement de leurs organisations.

L'évaluation **Leadership/Impact** prévue ici, permet d'établir et/ou de confirmer les **orientations prioritaires** du processus de changement envisagé dans le cadre de ce contrat de coaching . Ces orientations , déduites de larges investigations , confèrent une légitimité patente à cette démarche. Ce même outil, permettant de mesurer avec acuité la progression des programmes mis en œuvre (au delà de 12 séances de coaching) , constitue une **garantie de robustesse** de la démarche mise en œuvre.



Restitution : La relation de Coaching qui s'établit en entreprise est bien souvent de nature tripartite. De ce fait, le donneur d'ordre est en droit de recevoir des éléments d'appréciation de la mission. Toutefois cette information ne peut se faire sans accord préalable du Coaché, et dans le cadre exclusif de son acceptation.

Congruence : Le Coach s'engage à exercer sa mission en veillant à la congruence entre les intérêts du Coaché et ceux de l'entreprise.

Responsabilités du Coach vis à vis du Client

Contrat : Le Coach s'engage dans une relation contractuelle dûment établie avec son Client précisant au minimum l'objet de la mission, sa durée et les honoraires.

Obligation de moyens : l'un des principes fondateurs du Coaching est que Le Client est seul maître de ses décisions et des résultats qu'elles entraînent. En conséquence le Coach reste dans le cadre de sa mission : accompagner le Client dans le cadre de la mise en œuvre de ses résolutions. Le Coach s'engage en conscience à mobiliser l'ensemble de ses compétences et tous les moyens qu'il juge appropriés à l'accomplissement de sa mission.

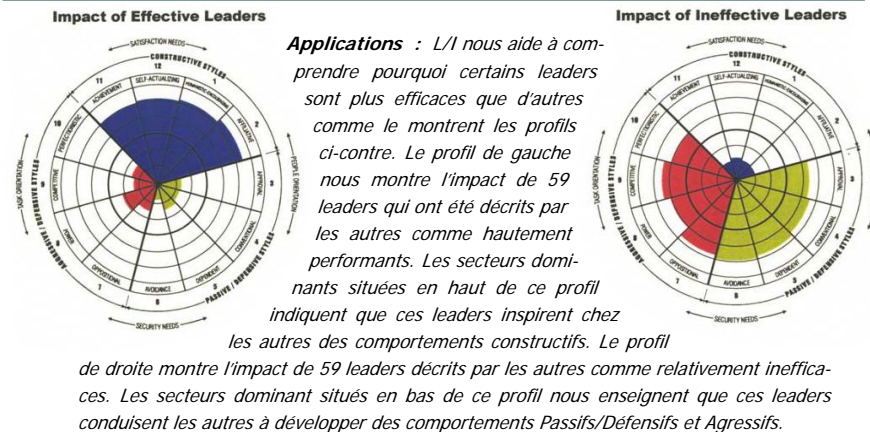
Clarté : Le Coach s'engage à ne pas accepter de missions pour lesquelles il ne se sent pas suffisamment qualifié. En tant que de besoin, il proposera de faire appel à l'un de ses confrères afin que la prestation soit une réussite pour le Client.

Respect : Le Coach exerce sa profession dans le respect des droits fondamentaux de la personne tels qu'ils sont inscrits dans la « Déclaration Universelle des Droits de l'Homme ». Il respectera son Client dans son identité, et veillera à ne pas abuser de son rôle d'influence. Son espace de supervision lui permettra de réguler les enjeux liés au pouvoir-permission-puissance et ceux du pouvoir-dépendance d'autrui. Par ailleurs, le Coach reconnaît le travail et les contributions d'autrui. Le Coach respecte les copyrights, les marques de commerce et les droits de propriété industrielle.

Loyauté : Le Coach s'engage en toutes circonstances à faire preuve d'une entière loyauté fondée sur le respect inconditionnel des valeurs personnelles du Client qui l'a honoré de sa confiance et à mettre tout en œuvre pour sauvegarder ses intérêts légitimes.

Contenu de l'analyse LEADERSHIP IMPACT[®] fournie dans ce contrat

- 1 Enquête sur l'équipe environnante (maximum 10 personnes)



Copyright © 2000 Human Synergistics . All Rights Reserved



Code de déontologie

Préambule

Ce code de déontologie s'applique à toutes interventions de Coaching qu'elles soient initiées et prises en charge directement par le Client ou un tiers - l'employeur généralement.

Le Coach intervient dans des missions qui concernent le domaine professionnel. Ces missions ont toutes la même finalité :

Contribuer à l'optimisation des capacités et des ressources propres à chaque personne, à chaque équipe ou entreprise.

Permettre à chaque entité d'évoluer en conscience et en responsabilité sur les axes d'apprentissage qui leur sont propres afin de se situer dans une dynamique de progression (Amélioration du niveau de performance, Apprentissage de nouvelles techniques, Satisfaction etc. ..).

Dans tous les cas de figure, le Coach est placé en position de soutien inconditionnel de ou des personnes qu'il accompagne.

En aucun cas, il ne se substitue à cette personne ou à ce groupe de personnes pour prendre des décisions à la place de ceux qui sont concernés.

Responsabilités du Coach

Responsabilités du Coach vis à vis du Donneur d'Ordre

Formation : Le Coach a été formé au métier de Coach par L'École Parisienne de Gestalt et le Gestalt Institute of Cleveland (USA) Il ne recourt qu'à des techniques éprouvées et qu'il maîtrise.

Supervision : Le Coach peut prouver qu'il bénéficie d'une supervision permanente et qu'il y recourt régulièrement dans le cadre de l'exercice de sa profession.

Adaptabilité : Le Coach intervenant dans le cadre de l'entreprise doit tenir compte de toutes les informations relatives au contexte organisationnel et à la culture de l'entreprise de façon à être en compréhension du référentiel de base de la structure avec laquelle il travaille.



Les impacts mesurés par L/I©

Ces impacts sont représentées sur le CIR-CUMPLEX.

Impact Constructif

Les stratégies de leadership des managers ayant un impact positif sur les autres ne cherchent pas à menacer inutilement leur sécurité, à créer de l'anxiété ou de l'ambiguïté ni à provoquer des réactions musclées ou défensives. En revanche, ces stratégies accordent leurs préférences au développement d'un environnement stimulant l'épanouissement de ses membres. Les comportements développés visent à la réalisation harmonieuse des objectifs personnels et professionnels dans un engagement constant en faveur du travail en équipe.

Les comportements spécifiques associés à un impact constructif favorisent donc l'épanouissement des individus au travers de leurs activités ainsi que de leurs relations avec les autres.

(11 h) Performance : Le leader motive et encourage les autres à fixer des objectifs ambitieux mais réalisables, à établir des plans d'actions et à les mettre en œuvre avec enthousiasme .

(12 h) Autovalorisation : Le leader motive et encourage les autres à prendre plaisir à leur travail, à se perfectionner, à se lancer dans de nouvelles activités intéressantes et à résoudre les problèmes avec intérêt, créativité et intégrité.

(1 h) Humanisme : Le leader motive et encourage les autres à être coopératifs, constructifs et ouverts dans leurs rapports avec leurs collègues.

(2 h) Affiliation : Le leader motive et encourage les autres à se montrer amicaux, ouverts et sensibles à la satisfaction de leur groupe de travail.

Impact Passif/ Défensif

L'impact de cette autre catégorie de leaders sur les personnes est principalement Passif/ Défensif. De manière probablement involontaire, ces leaders adoptent des stratégies qui conduisent les autres à se sentir inquiets, en insécurité, commandés et contraints, ainsi que mal à l'aise vis à vis des relations interpersonnelles dans l'entreprise. A l'extrême, de tels leaders créent un environnement qui accentue les besoins de sécurité des personnes et les incite à satisfaire ces besoins en s'adressant aux autres sur un mode prudent et excessivement réservé. Ces comportements, plus concentrés sur les personnes que sur les tâches, révèlent une tendance à la subordination et, paradoxalement, un sentiment qu'il est plus approprié « d'assurer ses arrières » plutôt que de prendre des risques raisonnables dans l'intérêt de l'entreprise.

Les comportements associés à un impact Passif/Défensif conduisent donc les personnes à satisfaire leurs besoins de sécurité en développant avec les autres des relations favorisant :



(3 h) Approbation : Le leader motive et encourage les autres à rechercher l'approbation autour d'eux, à coopérer et à maintenir des relations conviviales , au moins en apparence .

(4 h) Convention : Le leader motive et encourage les autres à se conformer au moule , observer reglements et procédures en place et faire bonne impression.

(5 h) Dépendance : Le leader motive et encourage les autres à ne faire que ce qu'on leur demande , à chercher l'approbation de toutes leurs décisions auprès de leurs supérieurs hiérarchiques et à se montrer accommodant face à toute forme d'autorité.

(6 h) Évitement : Le leader motive et encourage les autres à rejeter les responsabilités sur autrui, à éviter toute situation où l'on pourrait leur reprocher une erreur et à maintenir un profil bas.

Impact Agressif/Défensif

L'impact de cette troisième catégorie de leaders sur les autres est principalement Agressif/Défensif. Directement ou indirectement, ces chefs développent des stratégies qui avivent chez les autres un sentiment d'anxiété au sujet de leur statut et de leur influence dans l'entreprise. Cette incitation de chaque instant à la traque du prestige personnel, conduit les autres à préférer les critères de performance à court terme (même s'ils ne sont pas toujours pertinents). À l'extrême, de tels leaders créent un environnement qui accentue le besoin des personnes de renforcer en permanence leur statut et leur sécurité et les conduit à satisfaire ces besoins de manière agressive et musclée.

Ces comportements révèlent une prédisposition à stimuler la besogne au dépens des individus. Ils encouragent la poursuite agressive des objectifs personnels avant (et même contre) ceux de l'équipe, des autres unités ou de l'entreprise .

Les comportements associés à un impact Agressif/Défensif conduisent donc les personnes à protéger leur statut et leur sécurité en abordant leurs fonctions avec :

(7 h) Opposition : Le leader motive et encourage les autres à dénoncer les erreurs, gagner du prestige par la critique des suggestions et pratiquer un négativisme zélé.

(8 h) Pouvoir : Le leader motive et encourage les autres à agir de façon musclée et agressive, à contrôler leurs semblables dans le but d'étayer leur propre pouvoir.

(9 h) Compétition: Le leader motive et encourage les autres à surpasser leurs collègues, à établir des schémas où les acteurs ne sont plus que des gagnants ou des perdants et à tout mettre en œuvre pour soigner leur images vis à vis de la hiérarchie.

(10 h) Perfectionnisme : Le leader motive et encourage les autres à fixer des objectifs irréalistes, à être au fait des moindres détails et travailler de longues heures pour réaliser des objectifs établis très précisément.

Copyright © 2000 Human Synergetics



Le présent document est établi en double exemplaire. Chaque partie en conservera un exemplaire paraphé et signé, y compris en annexe le code de déontologie.

Le Client

Bon pour accord,

Lieu :

Date :

Signature

Le Coach

Bon pour accord,

Lieu :

Date :

Signature et cachet

Le Donneur d'ordre

Bon pour accord,

Lieu :

Date :

Signature et cachet



7. Devoirs du Coach envers son Client :

Le Coach s'autorise en conscience à exercer cette fonction à partir de sa formation et de son expérience.

Le Coach s'astreint au secret professionnel

Conscient de sa position, le Coach s'interdit d'exercer tout abus d'influence

Le Coach prend tous les moyens propres à permettre, dans le cadre de la demande du Client, le développement professionnel et personnel de son Client, incluant le recours, si besoin est, à un confrère.

Le Coach est attentif au métier, aux usages, à la culture, au contexte et aux contraintes de l'organisation qu'il accompagne.

Le Coaching s'exerce dans la synthèse des intérêts du Client et de son organisation.

Le Coach adapte son intervention dans le respect des étapes de développement de son Client.

En cas de nécessité d'annuler une séance, le Coach s'engage à la reporter à une date ultérieure.



8. Devoirs du Client vis-à-vis du Coach :

Le Coaching étant un processus de développement professionnel et personnel, le Client a de fait la responsabilité des décisions prises et des actes qu'il engage

le Client est engagé à être ponctuel dans les rendez-vous pris avec le Coach.

En cas d'annulation d'un rendez-vous, le Client informe le Coach de cette annulation au moins 24 heures au préalable. **Tout rendez vous annulé moins de 24 heures à l'avance est facturé.** Le Client est engagé à produire les travaux que pourra lui demander son Coach entre deux séances de travail.

Le présent contrat est expressément soumis au droit français. Tout différent relatif à l'interprétation ou à l'exécution des présentes, qui pourrait s'élever entre le Coach et le Client, qui n'aura pas pu être réglé à l'amiable, malgré le déploiement de tous les efforts respectifs, sera préalablement soumis à un médiateur qui tentera de rapprocher les parties. A défaut d'accord sur la désignation de celui-ci, le Centre de Médiation et d'Arbitrage de Paris (7 rue Balzac) sera saisi. Si, malgré cela, aucune solution n'est trouvée dans un délai de 3 mois, le différend sera soumis à la seule compétence exclusive du tribunal de Commerce de Paris.

Contrat de Coaching Code de déontologie



Contrat de coaching

Entre les soussignés :

§ ; appelé le Donneur d'Ordre- domicilié à :

Et

Monsieur Dino RAGAZZO du cabinet EXPERIENCE, appelé le Coach; domicilié 14 Allée TAINE 77330 OZOIR LA FERRIERE . FRANCE

Il est convenu le présent contrat de Coaching.

1. Objet du présent contrat

Par le présent contrat, il est prévu l'organisation d'un accompagnement individuel afin d'optimiser le savoir faire et savoir être du Client. Cet accompagnement individuel comprend:

a - Application de l'analyse « Leadership / Impact » décrite ci-dessus (voir contenu page 5)

b - Accompagnement individuel (selon orientations prioritaires de l'analyse Leadership / Impact et attentes du client et du donneur d'ordre)

c - Au delà de la 12ème séance de coaching ET au moins 6 mois après la date de la première séance : fourniture d'un CIRCUMPLEX mesurant les progrès réalisés .

2. Coach en charge de l'accompagnement

M Dino RAGAZZO

3. Personne bénéficiant de l'accompagnement

§ ; Appelée : le Client

4. Modalités pratiques

La durée des séances de travail (séance) est comprise entre 90 minutes et 120 minutes, par entretiens en "face à face". Sauf convention particulière, elles sont espacées d'une à deux semaines

Certaines séances en face à face pourront être alternées d'entretiens téléphoniques.

Des points ou demandes particuliers pourront faire l'objet d'un travail par courrier électronique



La durée d'un Coaching dépend de la demande. Il ne saurait être inférieur à quatre séances, en face à face ou téléphonique.

5. Durée du contrat :

Le contrat initial est d'une durée de six mois, à compter de la date de signature de ce contrat par le donneur d'ordre.

Il pourra ensuite être renouvelé par période d'un mois, par tacite reconduction. La prise d'un nouveau rendez vous signifiant l'acceptation, par les deux parties, de cette reconduction

6. Modalités financières :

Les séances en face à face sont facturées 650 euros hors taxes la séance

Les séances téléphoniques sont facturées 325 euros hors taxes l'heure (indivisible)

Les échanges par courriers électroniques sont facturés lorsqu'ils se substituent à des séances de travail. Ils sont alors facturés au même prix que les séances téléphoniques

Dans le cadre des interventions en entreprise, les séances de formalisation de la demande en compagnie du Client et de sa hiérarchie (séances distinctes et communes) sont facturées sur la base des séances en face à face.

Dans le cas de séances en face à face, l'ensemble des frais de déplacement du Coach ainsi que les éventuels frais de location d'un lieu de travail, sont à la charge du Client.

Le choix du lieu des séances de travail est établi en concertation entre le Coach et le Client. Ils évitent, dans la mesure du possible, l'enceinte du lieu de travail habituel du Client.

Dans le cas des séances de travail téléphoniques, les communications sont à la charge du Client qui appelle son Coach.

Règlement : une première période correspondant à 4 séances en face à face, est payable à l'avance, dès la signature du présent contrat.

Au delà de ce forfait, les séances sont facturées à la fin de chaque mois. Le règlement s'effectue à date de réception de la facture.

En cas de non règlement des séances, le Coach s'autorise à interrompre le travail.