

## PROCESSUS PARALLELE OU REFLET SYSTEMIQUE

(Extrait Livre 65 outils pour accompagner Le changement Individuel et collectif – Arnaud Tonnelé – Editions d'Organisation Eyrolles)

L'avantage du processus parallèle, c'est qu'il fournit du matériau fiable sur lequel le client et son coach peuvent travailler.

### Les 4 cas fréquents (inspiré de V. Lenhardt)

	Ce qui se joue...	Comment le reconnaître	Ce que ressent le coach	1 <sup>ère</sup> intervention possible
<b>Demande de sauvetage</b>	Le client se décharge de la relation sur son coach. Il se met en situation d'attente. C'est une forme de passivité, de retrait, d'engagement limité. C'est donc ce « nœud » que le coach doit démêler	Le client parle peu, est très synthétique dans ses formulations, s'interrompt souvent. Il attend que le coach lui dise ce qu'il faut faire ou dire, qu'il lui apporte la solution	Le coach ressent une certaine anxiété face à la perspective de devoir fournir une solution à une problématique qu'il ne maîtrise pas	<p>« j'ai le sentiment que vous attendez de moi une solution concrète. Mais je ne l'ai pas ? Que va-t-on donc pouvoir faire ensemble ? »</p> <p><b>Objectif : sortir le client de la passivité</b></p>
<b>Confusion/ Sur-détail</b>	Le client est dans une sorte de déluge verbal qui noie le coach, lequel ne parvient pas à repérer les informations pertinentes. Le client perd ses interlocuteurs sans s'en apercevoir parce que lui-même est noyé dans un contexte dans lequel il ne parvient pas à discerner l'important du superflu	Le client apporte multitude d'informations, très détaillées, sans ordre. Il a un grand débit verbal	Le coach se sent noyé par une information qu'il n'arrive pas à trier et ressent une confusion grandissante	<p>« dans tout ce que vous m'avez décrit, qui est très riche d'informations, qu'est-ce qui vous parait le plus important pour vous ? »</p> <p><b>Objectif : amener le client à trier, à mettre de l'ordre, à prioriser</b></p>
<b>Abstraction</b>	Sens inverse de la confusion, le client s'exprime en grandes généralités. Il ne communique pas sur des faits mais sur des analyses, interprétations qu'il a fait	Le client fournit peu d'informations concrètes, semble « avoir tout compris ». Il a toutes les apparences d'une grande maîtrise de soi et de son discours	Le coach n'arrive pas à identifier le problème ni à faire émerger une demande et se demande au final ce qu'il fait là	<p>« il me semble que vous comprenez parfaitement la situation. En quoi puis-je vous être utile ? »</p> <p><b>Objectif : faire exprimer une demande</b></p>
<b>Inflation émotionnelle</b>	Le client engage l'entretien sur un mode très émotionnel, qui parait, à première vue, en décalage avec la situation évoquée. Cette émotion gagne rapidement le coach, qui peut perdre du coup ses moyens. Il est probable que cette façon émotionnelle de vivre la relation est représentative de la relation du client avec son entourage qui vit aussi le même ressenti que le coach	Le client parle de sa situation sur un ton très émotionnel, voire dramatique	Le coach se sent gagné par l'émotion – souvent de l'anxiété ou de la crainte	<p>« à vous écouter, je ressens chez vous une émotion très forte.. »</p> <p><b>Objectif : nommer l'émotion pour permettre une première mise à distance</b></p>