

Le Retour sur Investissement du Coaching — ROIC



Table des Matières

LE RETOUR SUR INVESTISSEMENT DU COACHING — ROIC	1
• Introduction	1
• Que savons-nous du retour sur investissement et de l'impact du coaching ?	2
• Un impact positif sur l'individu	2
• Un impact positif sur l'équipe et l'entreprise	3
COMMENT MESURER L'IMPACT DU COACHING ?	3
UNE APPROCHE PRAGMATIQUE	5
• Niveau de réaction	7
• Niveau d'apprentissage	8
• Niveau de comportement	9
• Niveau de résultat	10
• Exemples et résultats à ce jour	11
• Transformation de l'entreprise et forces de travail agiles	12
• Bien-être et réalisation de soi	12
• Diversité, inclusion et appartenance	13
• Le développement du leadership et les nouvelles méthodes de travail	14
• Développement des talents	15
• Performance et engagement	15
• Expérience et rétention des employés	16
LE RETOUR SUR INVESTISSEMENT DU COACHING — ROIC	17
RÉFÉRENCES	18




LE RETOUR SUR INVESTISSEMENT DU COACHING — ROIC

Introduction

Le coaching est en train de devenir un outil privilégié dans les entreprises. Elles sont confrontées à une multitude de défis, qu'il s'agisse de transformations à grande échelle, d'attirer, de développer et d'engager leur personnel, ou de garantir le bien-être général de leurs employés. De plus en plus, le coaching est reconnu comme un outil de développement puissant qui répond à la fois aux besoins d'apprentissage individuels spécifiques et aux transformations stratégiques et organisationnelles (Harvard Business Review, 2019). Avec l'évolution de son statut, qui est passé de dispositif de gestion des performances à celui d'outil permettant de développer des cultures de coaching inclusives dans les organisations, le coaching ne peut que gagner en crédibilité et en puissance dans les entreprises et auprès des employés. Grâce à la digitalisation, il est devenu accessible à l'ensemble de la main-d'œuvre et n'est plus une offre réservée uniquement aux cadres dirigeants. Il se démocratise.

Avec l'importance croissante du coaching, il est indispensable de comprendre comment la qualité et les résultats du coaching peuvent être évalués et assurés. Comment pouvons-nous savoir si le coaching a fonctionné et mesurer les résultats sur le personnel et l'entreprise





? Son impact est également au premier plan des préoccupations de nos partenaires. Avant de vous présenter l'approche de CoachHub pour comprendre le retour sur investissement du coaching (ROIC), nous allons présenter les études faites sur l'évaluation du coaching jusqu'à présent et ce que nous devons prendre en compte pour mesurer l'impact du coaching.


Que savons-nous sur le retour sur investissement et l'impact du coaching ?

Le retour sur investissement du coaching préoccupe depuis longtemps les chefs d'entreprise et les chercheurs. Il existe une pléthore d'approches pour estimer le ROI, allant des estimations faites au hasard à la modélisation d'attribution avec les résultats perçus et observés du coaching prenant en compte les coûts directs et indirects du coaching. Les résultats constatés du ROIC varient entre 37% à 570% et peuvent même atteindre 689% selon les critères sélectionnés. Bien que l'extrémité supérieure de ces estimations semble plutôt exagérée, Carsten Schermuly, chercheur renommé dans le domaine du coaching, a fait remarquer que même avec l'estimation la plus basse d'un retour sur investissement de 37 %, le coaching vaut largement son investissement. Pourquoi ?

Le coaching a des effets positifs de grande envergure, qui sont depuis longtemps défendus par les praticiens et les participants au coaching (Jones et al. 2016; Theeboom et al. 2014). Plus récemment, les experts en recherche confirment son impact d'un point de vue scientifique. En effet, les méta-analyses, qui sont des études de recherche nous fournissant un résumé statistique dans un domaine de recherche, ont confirmé que le coaching a un impact positif sur plusieurs niveaux.

Un impact positif sur l'individu

L'impact sur l'individu est le critère le plus étudié. Il a été confirmé que le coaching a un impact positif sur les résultats affectifs, c'est-à-dire les changements de l'individu au niveau de son attitude et de sa motivation sur des sujets tels que la conscience de soi, l'efficacité, la réduction du stress, l'augmentation de la satisfaction au travail, le bien-être et les attitudes générales. En outre, le coaching renforce les résultats cognitifs, qui font référence à l'acquisition de nouvelles connaissances conceptuelles, procédurales ou déclaratives et au développement de nouvelles stratégies cognitives. Ce type de connaissances est acquis par l'apprentissage personnel et les capacités de résolution des problèmes, tous deux abordés tout au long du processus de coaching en se focalisant sur l'atteinte des objectifs. Le coaching améliore donc l'autorégulation, l'autogestion, encourage les nouvelles perspectives, les capacités de gestion de crise et les compétences méthodiques.



Comme le coaching est un procédé directement applicable aux contextes professionnels, les individus s'engagent dans des exercices de développement qui aboutissent à la croissance des compétences professionnelles, telles que la communication, le leadership et d'autres compétences liées au travail. En pratique, le coaching a le plus **fort impact sur la fixation et la réalisation des objectifs**, ce qui peut avoir un effet positif sur les performances de l'individu dans son entreprise.

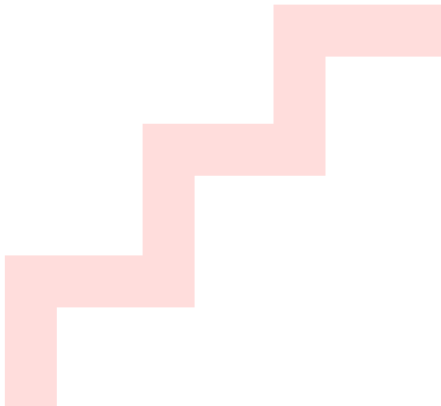
Un impact positif sur l'équipe et l'entreprise

Le coaching n'a pas seulement un impact positif sur l'individu. Il est également positif pour les personnes qui entourent l'individu coaché (O'Connor & Cavanagh, 2013). Cela semble évident car les individus ayant une meilleure conscience d'eux-mêmes et travaillant à améliorer leurs comportements sont de meilleurs collaborateurs au sein d'une équipe. En effet, nombres d'études démontrent l'effet de contagion positive du coaching, dit l'effet de ricochet. O'Connor et Cavanagh (2013) ont constaté que les collègues proches des individus qui sont coachés ont vu indirectement leur propre bien-être augmenter. Ils ont appelé cela "l'effet d'entraînement" : les résultats positifs du coaching se répercutent au-delà de l'individu coaché.

De plus, les résultats du coaching au niveau organisationnel sont évalués en termes de performance et d'impact plus larges sur l'organisation. Dans leurs résultats de méta-analyse, Jones et ses collègues (2016) ont constaté que le coaching provoque un impact positif sur la performance individuelle et donc sur les résultats de l'équipe et de l'entreprise au global. Cela sert bien sûr d'indicateur clé du succès du coaching pour les organisations. À ce jour, le coaching mériterait de faire l'objet de davantage de recherches sur les résultats au niveau cognitif de l'équipe et de l'organisation. Cependant, il existe déjà de nombreuses théories scientifiquement validées confirmant l'impact positif du coaching sur les équipes et les organisations dans leur ensemble.

Nous savons donc que le coaching ne sert pas seulement aux individus à modifier leurs attitudes, à améliorer leur apprentissage et à faciliter le changement de comportement, mais qu'il a également un effet positif sur l'équipe et l'organisation au sens large.

COMMENT POUVONS-NOUS MESURER L'IMPACT DU COACHING ?



Alors que le rôle des RH au sein de l'entreprise ne cesse de croître, la nécessité de rendre visible leur influence sur l'entreprise est plus importante que jamais. La formation, en particulier, présente des lacunes importantes en termes d'évaluation et de mesures pertinentes pour l'entreprise, notamment au niveau du transfert de l'apprentissage. La courbe de l'oubli d'Ebbinghaus, qui indique que nous oublions 75 % de l'apprentissage dans les six jours si nous ne l'utilisons pas immédiatement, en est la preuve la plus évidente. Dans le passé,

l'évaluation du coaching a connu des défis similaires. Nous entendons souvent nos partenaires décrire leurs expériences antérieures de coaching de manière assez floue : après avoir mis en relation le coach et la personne coachée, il n'y a que peu ou pas de compte-rendu des progrès ou des résultats réels.

Et cela est quelque peu compréhensible. Le coaching est une intervention d'apprentissage hautement individualisée, où le processus de coaching soutient le développement de la conscience, des attitudes, de la mentalité et des comportements de l'individu. Il s'agit d'un procédé très puissant, mais aussi très personnel qui doit respecter les principes de confidentialité. Il est donc difficile de mesurer en profondeur les résultats du coaching.

D'un point de vue scientifique, les défis concernant la mesure de l'impact du coaching sont similaires. Les résultats du coaching, tels que les changements affectifs et cognitifs, sont internes et difficiles à voir. Ainsi, le coaching s'appuie fortement sur les auto-mesures et, bien que celles-ci nous donnent encore des indications précieuses, il est toujours préférable de disposer de mesures provenant d'une multitude de sources. De plus, le coaching est relativement hétérogène dans ses approches et il y a, bien sûr, de nombreux facteurs influençant les personnes au travail et par conséquent les résultats du coaching. Ainsi, les coachings sont difficiles à comparer les uns aux autres. En outre, les recherches sur les résultats dans la durée sont encore rares bien que très importantes puisque le coaching vise à faciliter les changements de comportement à long terme. Enfin, comme nous ne nous trouvons pas dans le cadre d'un laboratoire, il est important de noter qu'une relation de cause à effet est presque impossible à déterminer.



Du coup, vous vous demandez peut-être comment vous pouvez même évaluer l'impact du coaching sur votre entreprise ? Nous avons créé un modèle complet d'évaluation du coaching et - si vous le souhaitez - même la possibilité de calculer votre ROI sur le coaching.

UNE APPROCHE PRAGMATIQUE

Notre évaluation CoachHub s'efforce de répondre à trois préoccupations essentielles.



1. Science

Par souci de rigueur, nous veillons à ce que l'évaluation du coaching réponde aux normes scientifiques les plus élevées et validées par les experts. Nous utilisons également une approche d'évaluation de processus, tenant compte des défis susmentionnés liés à la mesure efficace d'un programme de coaching et, surtout, du contexte de votre organisation et de votre programme de coaching.



2. Alignement

Bien que le coaching soit composé d'un ensemble de résultats essentiels comme nous l'avons vu plus haut, vous pouvez sélectionner le cadre de référence qui vous semble le plus adapté à votre entreprise. Ainsi, le bien-être peut être votre objectif principal, ou vous pouvez vous concentrer sur les compétences de leadership. Souvent, un programme de coaching peut avoir plusieurs critères sélectionnés dans le cadre de référence. Nous nous efforçons donc de nous aligner avec votre culture d'entreprise afin de comprendre vos besoins et développer l'approche d'évaluation la plus pertinente et en phase avec les objectifs de votre programme.



3. Valeur ajoutée

Une fois que nous avons mis en place l'évaluation et l'alignement sur vos besoins, nous reconnaissons également l'élément de convivialité. Nous voulons rendre l'évaluation conviviale pour l'individu afin de garantir une intégration transparente dans le parcours de coaching de vos salariés. Il est essentiel que l'évaluation apporte une valeur ajoutée aux participants au coaching, afin que le processus d'évaluation devienne une partie intégrante du parcours de coaching. Nous reconnaissons qu'il s'agit d'un facteur clé dans la conception de notre processus d'évaluation.

Et au cœur de tout cela se trouve notre produit de coaching digital, qui sert d'épine dorsale à l'évaluation du coaching.

Il existe plusieurs manières différentes d'aborder l'évaluation des programmes d'apprentissage et des méthodes spécifiques qui se sont penchées sur la mesure du coaching. Cependant, aucune d'entre elles n'est aussi réputée que la taxonomie à quatre niveaux d'évaluation de l'apprentissage de Kirkpatrick. Plusieurs dizaines d'années après sa création, elle reste l'approche d'évaluation la plus utilisée dans les entreprises du monde entier et ses quatre niveaux d'évaluation - 1) réaction, 2) apprentissage, 3) comportement et 4) résultats - qui constituent la meilleure structure de compréhension et de mesure commune. En outre, bien que nous pensions que le modèle de Kirkpatrick a bien vieilli, nous suivons la recommandation de Jones et de ses collègues (2016) concernant l'intégration de l'approche multidimensionnelle de l'apprentissage de Kraiger et de ses collègues (1993) afin de garantir une catégorisation appropriée des résultats. Nous reconnaissons en outre l'importance du ROI du coaching et travaillons avec l'extension du modèle de Kirkpatrick par Phillips & Phillips (2005) - en ajoutant un cinquième niveau de ROI pour calculer le retour sur investissement du coaching.

1. Réaction

- Satisfaction des processus de coaching
- Perception de l'alliance de coaching
- Satisfaction générale

2. Apprentissage

- Affectif - conscience de soi
- Cognitif - auto-motivation
- Compétence - leadership

3. Comportement

- Perception des changements de comportement
- Observation des changements de comportement

4. Résultats

- Productivité, engagement, rétention
- KPI des individus
- KPI organisationnels - objectifs commerciaux

ROI

- Calcul des dépenses financières vs bénéfiques

Niveau de réaction

At the reaction level, we measure the satisfaction with the coaching. Key Au niveau de la réaction, nous mesurons la satisfaction à l'égard du coaching en lui-même. Il s'agit ici de déterminer si le participant au coaching est satisfait du programme, du processus de coaching et, surtout, de sa relation avec le coach. Cette dernière, aussi appelée l'alliance de travail, est l'un des principaux prédictors de la réussite du coaching. Pour évaluer le niveau de réaction, nous examinons de près l'engagement du coaché, les retours sur le coach ainsi que la facilité d'utilisation de notre application de coaching. Nous examinons également de plus près l'alliance de travail, qui se compose de trois principes fondamentaux :



1. Objectifs

Le coach et la personne à coacher sont alignés et s'accordent sur les résultats souhaités du coaching



2. Tâches

Le coach et la personne à coacher ont une compréhension mutuelle des tâches nécessaires pour atteindre ces résultats




3. Lien

La relation entre le coach et le coaché est une relation de confiance, respectueuse et positive

Ces évaluations de la réaction de la personne coachée constituent le sceau de qualité sous-jacent de tout programme de coaching. Un facteur clé à ce niveau d'évaluation est d'assurer un suivi continu et régulier, de sorte que la qualité puisse être garantie tout au long du programme. Nous avons intégré l'évaluation régulière du niveau de réaction dans notre produit de manière transparente, afin de garantir la plus haute qualité en termes de base scientifique, d'alignement et de convivialité.

Niveau d'apprentissage

Au niveau de l'apprentissage, CoachHub évalue l'augmentation des connaissances de la personne coachée. Cette augmentation des connaissances peut prendre la forme d'apprentissages affectifs, cognitifs et basés sur les compétences. Comme décrit précédemment,



ces différents niveaux peuvent être internes, comme une augmentation de la conscience de soi, et se manifester à l'extérieur, comme l'amélioration des compétences en communication.

Ainsi, l'approche d'évaluation de ce niveau d'apprentissage doit prendre en compte différentes perceptions : l'auto-évaluation de la personne coachée ainsi que les perspectives de son environnement de travail.

Les résultats du coaching sur les plans de l'apprentissage affectif et cognitif sont difficiles à mesurer à partir d'une source objective. Nous nous appuyons donc sur l'auto-évaluation des coachés. Il existe une mise en garde contre le biais de réponse, mais de Haan et ses collègues (2012) soutiennent en fait que la perception du participant au coaching, quant à l'efficacité du processus de coaching, a un impact important sur les résultats du coaching. Ainsi, bien que nous reconnaissons les défis posés par le biais de l'enquête, nous reconnaissons également l'importance de l'auto-évaluation des coachés.

En outre, nous proposons une évaluation basée sur de multiples facteurs et donc complète pour faciliter la mesure à un niveau observé. Enfin, nous aidons nos clients à développer des programmes et des questionnaires internes et en amont pour évaluer les résultats spécifiques au niveau de l'apprentissage en ce qui concerne les compétences liées au travail qui peuvent être développées par le coaching. Nous considérons qu'il s'agit d'un élément clé de l'évaluation globale car nous voulons nous assurer que nous vous aidons à saisir la valeur commerciale de vos programmes respectifs. Vous trouverez un aperçu de ces cas de programmes à la fin.

Niveau de comportement

Au niveau du comportement, nous mesurons le transfert perçu et observé du coaching dans la vie professionnelle quotidienne des personnes coachées. C'est-à-dire si des changements de comportement sont bien observables par le coaché et son entourage.



Ce niveau est essentiel pour l'évaluation des résultats du coaching, car il nous renseigne sur le transfert de l'apprentissage. Les changements de comportement souhaités doivent être évalués selon plusieurs facteurs. Tout d'abord, nous devons comprendre le changement de comportement tel qu'il est perçu par la personne coachée, donc au niveau individuel. Ensuite, nous devons évaluer si le changement de comportement est conforme aux attentes du manager et enfin, nous devons comprendre comment les changements s'affichent en accord avec le programme et les objectifs organisationnels plus larges. Comme vous pouvez l'imaginer, ce niveau est plus complexe à mesurer que les précédents et, en fait, seules 9% des organisations mesurent ce niveau pour les résultats de la formation. Avec notre évaluation, les changements de comportement sont mesurés soit par le biais d'une évaluation avant et après la formation, soit par le biais d'une enquête de feedback envoyés aux participants et leur entourage afin de saisir les changements de comportement observés.



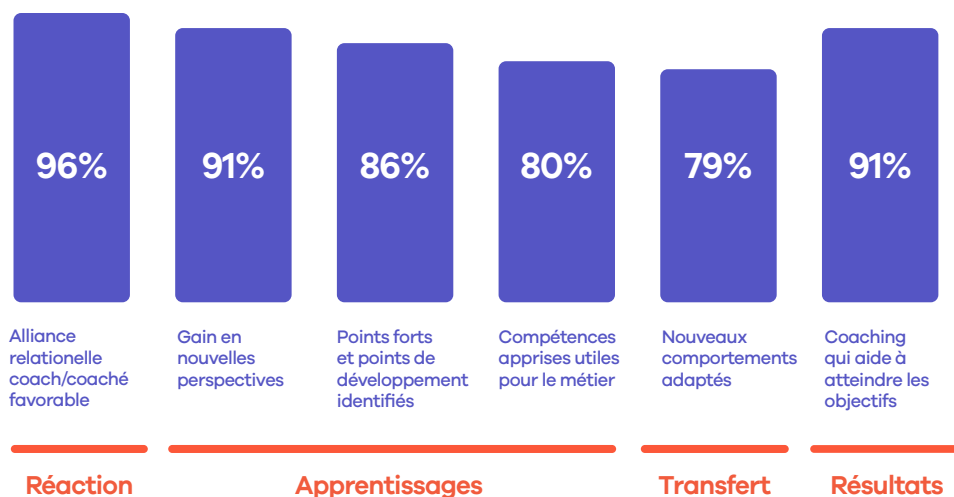
Niveau de résultat

Le niveau des résultats, enfin, évalue l'impact du coaching sur l'organisation dans son ensemble. Il peut s'agir d'une augmentation de la satisfaction des clients grâce aux nouveaux comportements d'une personne coachée ou d'une augmentation du chiffre d'affaires grâce à de meilleures compétences en communication ou en gestion du temps. Les résultats à ce niveau sont multiples et, comme nous l'avons vu précédemment, souvent difficiles à prouver comme résultat direct du programme de coaching. Cependant, cela ne nous empêche pas de nous efforcer d'évaluer ce niveau de résultat du coaching et nous le faisons en organisant des ateliers de co-création pour assurer un alignement du résultat du coaching avec les données de votre entreprise et développer une solution sur mesure pour répondre aux besoins de votre entreprise.



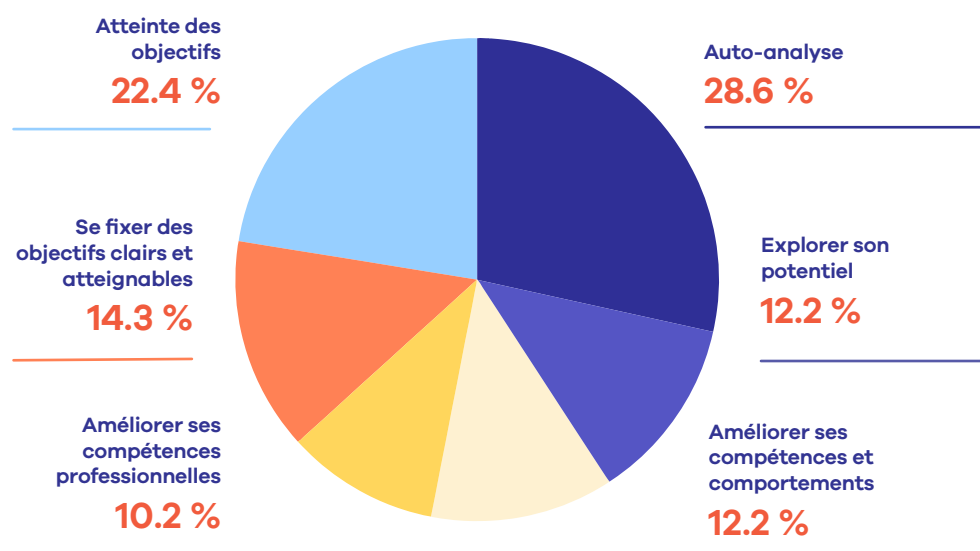
Exemples et résultats obtenus jusqu'à présent

CoachHub Insights - averaged results from coaching interviews



Les résultats de notre évaluation témoignent de la puissance de l'approche de coaching de CoachHub et du succès que peut connaître votre entreprise en tirant parti du pouvoir du coaching. Ainsi, 79% des coachés ont réussi à intégrer de nouveaux comportements au travail. Au niveau de l'apprentissage, 91% des participants ont acquis de nouvelles perspectives, 86% ont identifié leurs forces et leurs faiblesses et 80% ont en fait acquis de nouvelles compétences qui les aideront, eux et l'entreprise. Dans l'ensemble, 96% des personnes coachées sont favorables à l'expérience de coaching. Enfin, 91% des personnes coachées ont reconnu que le coaching les a aidées à atteindre leurs objectifs, ce qui fait écho aux résultats des recherches menées dans le cadre des programmes de coaching de CoachHub.

D'un point de vue qualitatif et approfondi, nos coachés nous disent que les sujets suivants sont les plus soutenus par leur programme de coaching :



D'un point de vue commercial, nos partenaires ont de nombreux besoins différents pour lesquels ils font appel au coaching. Nous pouvons soutenir vos stratégies dans les domaines de développement suivants pour votre organisation et sa main-d'œuvre :

Transformation de l'entreprise et forces de travail agiles

84 % des transformations échouent pour des raisons liées aux personnes (McKinsey, 2019). De nouvelles valeurs, de nouveaux modes de travail et de nouvelles façons de penser sont activés par une réflexion et un développement continus grâce à un coaching individuel, qui sont nécessaires dans la transformation (numérique/agile). La plupart des transformations agiles échouent en raison de mauvaises compétences en gestion des personnes, de styles de management différents et de l'encadrement intermédiaire (USC, 2020). Grâce à CoachHub, il est possible de trouver des coachs agiles experts en transformation et capables de soutenir le développement des équipes dans le changement.

85%

des cadres ayant bénéficié d'un coaching obtiennent de meilleurs résultats que leurs pairs en matière de compétences comportementales, telles que l'agilité et la résilience. (CoachHub, 2020)

70%

des personnes coachées déclarent que le coaching a amélioré leur équilibre entre vie professionnelle et vie privée. (CoachHub, 2020)

256%

de retour sur investissement (ROI) pour les entreprises qui investissent dans le développement des softs skills. (Adhvaryu et al, 2017)

Bien-être et réalisation de soi

Le bien-être en entreprise est un sujet qui a pris énormément d'ampleur ces dernières années mais encore plus ces derniers mois.

Le coaching aide vos employés à prendre confiance en eux, à se confier et à réfléchir à des situations qu'il n'est pas toujours possible d'analyser immédiatement avec le manager. Plus important encore, le coaching offre à vos équipes un espace pour explorer leurs forces et découvrir leurs valeurs afin de garantir leur résilience et leur bien-être sur le long terme.

Les cadres sont sous pression pour répondre à des demandes contradictoires et aux besoins de chaque membre de l'équipe, ce qui peut rapidement épuiser leurs ressources. Le coaching est un outil puissant pour aider à fournir au management le soutien dont il a besoin, et en particulier pour rester résilient et agile.





91%

des personnes coachées retrouvent du sens dans leur travail suite à un coaching



80%

des coachés réduisent leur stress de 18 % en moyenne



250%

Un retour sur investissement moyen de 250 % est démontré pour les entreprises qui investissent dans le bien-être de leurs salariés. (Consumer Financial Protection Bureau)



65%

Un taux de turnover du personnel réduit de 65 % et une augmentation de la productivité de 21 % pour les entreprises qui investissent dans le bien-être de leurs employés. (Workplace Wellness Trends, 2017)

Diversité, inclusion et appartenance

La création d'une main-d'œuvre diversifiée et inclusive implique d'aider les coachés à accroître l'espace de réflexion qui les aide à identifier plus facilement les préjugés inconscients qu'ils pourraient avoir à l'encontre des minorités. Le fait d'être conscient de ces préjugés permet aux employés de comprendre les sentiments négatifs associés à l'exclusion, tout en offrant l'espace psychologique nécessaire pour traiter et comprendre l'environnement sociétal hypercomplexe d'aujourd'hui. Le coaching est le moyen d'obtenir un changement de comportement durable en faveur de comportements inclusifs.



91%

des coachés ont amélioré leur réflexion et leur conscience de soi. (CoachHub, 2020)



79%

des coachés constatent un changement de comportement après 6 mois de coaching. (CoachHub, 2020)



56%

Augmentation de 56 % de la performance professionnelle des employés ayant un fort sentiment d'appartenance. (Deloitte, 2020)



167%

Augmentation de 167 % du score des promoteurs des employés, pour les organisations qui créent un sentiment d'appartenance. (HBR, 2019)

Le développement du leadership et les nouvelles méthodes de travail

Les jeunes cadres et les personnes à haut potentiel sont activement sollicités pour faire progresser et transformer leurs organisations de l'intérieur. En outre, de nouveaux styles de leadership axés sur les compétences comportementales dites soft skills sont nécessaires pour les nouveaux modes de travail. CoachHub propose un coaching digital à la demande afin de répondre aux exigences de la main-d'œuvre actuelle.

77%

des cadres supérieurs déclarent que les soft skills constituent leur principale faiblesse même après une formation. (Accenture, 2019)

85%

des cadres supérieurs qui bénéficient d'un coaching obtiennent de meilleurs résultats que leurs pairs en matière de soft skills. (Ashridge Executive Education, 2019)

80%

des coachés conviennent qu'ils ont acquis des compétences utiles pour leur profession. (CoachHub, 2020)

27%

d'augmentation des bénéfices pour les entreprises qui développent des compétences non techniques. (Thinking Integral, 2014)



Développement des talents

Many of our clients integrate CoachHub as a crucial part of their development. Nombre de nos clients intègrent CoachHub comme un élément crucial de leurs programmes de développement pour offrir à leurs talents clés la possibilité d'accélérer leur développement. Pour assurer le transfert des connaissances, CoachHub est également proposé comme outil de suivi des formations puisque c'est lors de la mise en pratique de l'apprentissage que les employés ont besoin d'un soutien individuel.

83%

des personnes coachées estiment avoir appris de nouvelles connaissances de manière durable grâce au coaching. (CoachHub, 2020)

80%

des personnes coachées ont acquis de nouvelles compétences utiles pour leur profession. (CoachHub, 2020)

95%

des clients de CoachHub débloquent de nouveaux budgets pour continuer et étendre leur programme de coaching digital avec nous. (CoachHub, 2020)

24%

Une augmentation de la marge bénéficiaire de 24 % pour les entreprises qui investissent dans le développement des talents. (Gutierrez, 2020)

Performance et engagement

Les entreprises favorisant un état d'esprit de croissance au sein de leurs équipes et la transformation digitale de leur formation, augmentent significativement leurs performances et sont trois fois plus rentables.

70%

des personnes coachées font état d'une amélioration de leurs performances professionnelles. (CoachHub, 2020)

96%

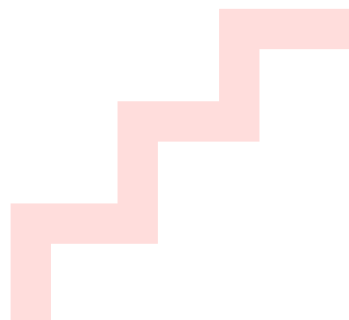
des personnes coachées sont très engagées (contre 30 % des employés qui utilisent les plateformes d'apprentissage en ligne standard). (CoachHub, 2020)

88%

des personnes coachées déclarent avoir atteint leurs objectifs grâce à CoachHub (seulement 15 % des employés ayant suivi une formation collective standard déclarent une augmentation de leurs performances et de leurs résultats). (CoachHub, 2020)

40%

lower turnover for companies with highly engaged workforces. (CoachHub, 2020)



Expérience et rétention des employés

Le coaching est une méthode de développement des employés agile, centrée sur la personne et axée sur les objectifs, qui s'adapte au nouveau monde du travail et à l'expérience des collaborateurs. Le développement des perspectives de carrière et le travail flexible sont les deux avantages les plus appréciés qu'une entreprise puisse offrir à ses salariés. Offrir une expérience de coaching digital individuel et personnalisé répond à ces deux critères et aura un impact significatif sur vos taux de fidélisation et d'engagement de votre personnel.

96%

des utilisateurs de CoachHub sont engagés (contre seulement 30 % d'engagement avec les plateformes d'apprentissage en ligne actuelles, Redthread, 2017). (CoachHub, 2020)

87%

des utilisateurs de CoachHub conviennent que la flexibilité en termes de temps et de lieu a apporté une valeur ajoutée individuelle. (CoachHub, 2020)

21%

Une rentabilité supérieure de 21 % pour les entreprises qui investissent dans l'expérience des employés. (Accenture, 2019)

51%

Augmentation de 51% de la rétention des employés pour les entreprises qui investissent dans l'expérience des employés. (Harvard Business Review, 2019)

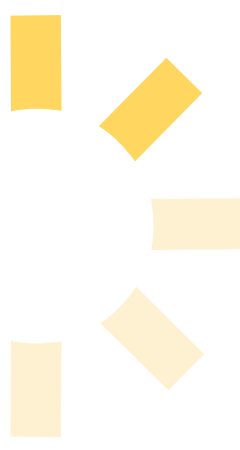


LE RETOUR SUR INVESTISSEMENT DU COACHING — ROIC

Enfin, en collaboration avec nos partenaires de recherche, nous avons développé un calculateur de retour sur investissement qui peut vous aider à démontrer la valeur du coaching au sein de votre organisation. En s'appuyant sur les meilleures recherches, on estime qu'en restant prudent, le ROIC est de 3 à 4 fois, et les moins prudentes sont de 9 à 10 fois.

Ces résultats font écho à de précédents calculs scientifiques du ROI et montrent une fois de plus que l'impact du coaching se révèle dans les chiffres. Dans le cadre de ce calcul du ROIC, il est essentiel de prendre en compte les résultats tangibles et intangibles et la manière dont ces derniers peuvent être quantifiés. Et c'est là que nos efforts de co-création et nos experts du coaching vous soutiennent, vous et votre entreprise. Notre conviction est d'aller au-delà de la compréhension classique du ROI afin de définir le programme d'évaluation le plus utile pour vos programmes de coaching.

Contactez-nous pour en savoir plus sur la manière dont votre entreprise peut bénéficier du coaching et évaluer avec succès l'impact de vos programmes. Ensemble, nous pouvons faire progresser le coaching en tant que pratique de développement des personnes et cela, basé sur des données probantes et concrètes.



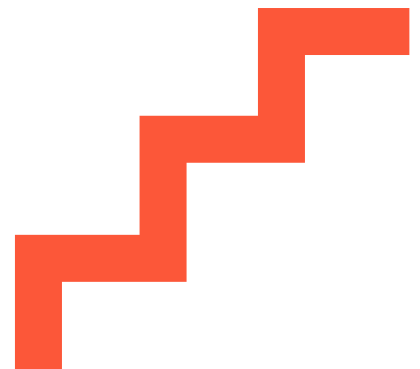
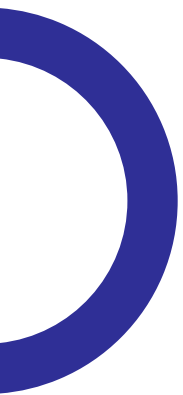
“Nos collaborateurs sont au cœur de tout ce que nous faisons ici chez Virgin Money. Leur développement est essentiel pour que nous puissions réaliser notre stratégie de rupture du statu quo. CoachHub offre une superbe solution de coaching digital de bout en bout avec des coaches de très grande qualité. Notre partenariat et l’approche centrée sur le client de CoachHub sont fantastiques.”

Alasdair Macquarri
Consultant senior en développement chez Virgin Money



“L’algorithme de la plateforme est l’élément crucial. Son rôle premier est de mettre en relation le coaché avec le bon coach. Le succès du coaching dépend de la relation entre le coach et le coaché. Cette adéquation doit être parfaite. Depuis que j’ai commencé sur la plateforme, le matching avec mes clients a toujours été parfait pour nous deux !”

Kaveh Mir
CoachHub Coach & Directeur Global Board ICF



POURQUOI COACHHUB ?



Un pool mondial de coaches de haut niveau

Nos coaches sont au cœur de notre produit. Nous disposons d'un pool mondial de plus de 2 500 coaches certifiés, parlant 50 langues différentes et répartis sur 6 continents, ce qui fait de nous le prestataire le plus international du marché. Nos coaches sont rigoureusement sélectionnés et contrôlés en permanence afin de garantir la meilleure qualité à nos clients du monde entier.



Une méthodologie fondée sur la science

Derrière notre produit se trouve notre Coaching Lab, un groupe de réflexion qui dirige la recherche et le développement comportemental dans le domaine du coaching. Notre Coaching Lab est composé de professeurs, psychologues, coaches, chercheurs et experts en apprentissage de renommée mondiale. Il fournit un référentiel d'idées et d'outils d'experts pour soutenir le développement des coachés.



Le soutien d'experts internationaux

Notre comité scientifique est composé d'experts mondiaux en RH et de spécialistes de la transformation issus de grandes marques telles que Santander, P&G et Heineken, Deloitte et McKinsey.



Des partenariats stratégiques

Nous avons établi des partenariats avec des associations de coaching de renommée mondiale, notamment l'ICF, l'Association for Coaching et l'EMCC, ainsi que des partenariats universitaires et de contenu, notamment avec Harvard Business Publishing, Deloitte et la Henley Business School.

Références

- Athanasopoulou, A., & Dopson, S. (2018). A systematic review of executive coaching outcomes: Is it the journey or the destination that matters the most?. *The Leadership Quarterly*, 29(1), 70-88.
- Harvard Business Review (2019) *The Leader as Coach*, Available at: <https://hbr.org/2019/11/the-leader-as-coach>
- Avolio, B. J., Avey, J. B., & Quisenberry, D. (2010). Estimating return on leadership development investment. *The Leadership Quarterly*, 21(4), 633-644.
- Bachkirova, T., Arthur, L., & Reading, E. (2020). Evaluating a coaching and mentoring program: Challenges and solutions. *Coaching Researched: A Coaching Psychology Reader*, 361-378.
- Baron, L., & Morin, L. (2009). The coach-coachee relationship in executive coaching: A field study. *Human Resource Development Quarterly*, 20(1), 85-106.
- Bordin, E. S. (1979). The generalizability of the psychoanalytic concept of the working alliance. *Psychotherapy: Theory, research & practice*, 16(3), 252.
- de Haan, E., Duckworth, A., Birch, D., & Jones, C. (2013). Executive coaching outcome research: The contribution of common factors such as relationship, personality match, and self-efficacy. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 65(1), 40.
- De Meuse, K. P., Dai, G., & Lee, R. J. (2009). Evaluating the effectiveness of executive coaching: Beyond ROI?. *Coaching: An international journal of theory, research and practice*, 2(2), 117-134.
- Ely, K., & Zaccaro, S. J. (2011). Evaluating the effectiveness of coaching. *Advancing executive coaching: Setting the course for successful leadership coaching*, 319-349.
- Fillery-Travis, A., & Lane, D. A. (2020). Does coaching work or are we asking the wrong question?. *Coaching Researched: A Coaching Psychology Reader*, 47-63.
- Glaveski, S. (2019). Where companies go wrong with learning and development. *Harvard Business Review*.
- Grant, A. M. (2012). ROI is a poor measure of coaching success: towards a more holistic approach using a well-being and engagement framework. *Coaching: An International Journal of Theory, Research and Practice*, 5(2), 74-85.
- Grant, A. M. (2016). The third 'generation' of workplace coaching: Creating a culture of quality conversations. *Coaching: An International Journal of Theory, Research and Practice*, 10(1), 37-53.
- Greif, S. (2014). Coaching und Wissenschaft–Geschichte einer schwierigen Beziehung. *Organisationsberatung, Supervision, Coaching*, 21(3), 295-311.
- Greif, S. (2014). Wie wirksam ist Coaching? Ein umfassendes Evaluationsmodell für Praxis und Forschung. In *Coaching-Praxisfelder. Forschung und Praxis im Dialog* (pp. 159-177). Springer VS, Wiesbaden.

- Horvath, A. O., & Greenberg, L. S. (1989). Development and validation of the Working Alliance Inventory. *Journal of counseling psychology*, 36(2), 223.
- Jones, R. J., Woods, S. A., & Guillaume, Y. R. (2016). The effectiveness of workplace coaching: A meta-analysis of learning and performance outcomes from coaching. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 89(2), 249-277.
- Kirkpatrick, D., & Kirkpatrick, J. (2006). *Evaluating training programs: The four levels*. Berrett-Koehler Publishers.
- Kopatz, A. C. (2013). *Kosten-Nutzen-Analyse von Coachingmaßnahmen: Tools, Prozess und Wertschöpfung*.
- Kraiger, K., Ford, J. K., & Salas, E. (1993). Application of cognitive, skill-based, and affective theories of learning outcomes to new methods of training evaluation. *Journal of applied psychology*, 78(2), 311.
- Lawrence, P., & Whyte, A. (2014). Return on investment in executive coaching: a practical model for measuring ROI in organisations. *Coaching: An International Journal of Theory, Research and Practice*, 7(1), 4-17.
- McGovern, J., Lindemann, M., Vergara, M., Murphy, S., Barker, L., & Warrenfeltz, R. (2001). Maximizing the impact of executive coaching. *The Manchester Review*, 6(1), 1-9.
- O'Connor, S., & Cavanagh, M. (2013). The coaching ripple effect: The effects of developmental coaching on wellbeing across organisational networks. *Psychology of Well-Being: Theory, Research and Practice*, 3(1), 1-23.
- Parker-Wilkins, V. (2006). Business impact of executive coaching: demonstrating monetary value. *Industrial and Commercial Training*.
- Phillips, J. J., & Phillips, P. P. (2005). Measuring ROI in executive coaching. *International Journal of Coaching in Organizations*, 3(1), 53-62
- Powell, K. S., & Yalcin, S. (2010). Managerial training effectiveness: A meta-analysis 1952-2002. *Personnel Review*.
- Schermuly, C. C. (2019). *Erfolgreiches Business-Coaching: Positive Wirkungen, unerwünschte Nebenwirkungen und vermeidbare Abbrüche*. Beltz.
- Theeboom, T., Beersma, B., & van Vianen, A. E. (2014). Does coaching work? A meta-analysis on the effects of coaching on individual level outcomes in an organizational context. *The Journal of Positive Psychology*, 9(1), 1-18.



A propos de CoachHub

CoachHub est une plateforme de coaching digital permettant aux entreprises de créer des programmes de coaching personnalisables et mesurables pour leurs employés.

Notre vision est de démocratiser le coaching aux employés de tous niveaux de carrière et dans le monde entier. Grâce à notre plateforme, les entreprises sont en mesure de constater sur le long terme un engagement accru des salariés, une productivité plus élevée ainsi qu'une baisse du turn-over.

CoachHub dispose de son propre réseau de plus de 1000 coachs professionnels certifiés dans 60 pays sur 6 continents.

Plus d'informations sur
www.coachhub.io/fr