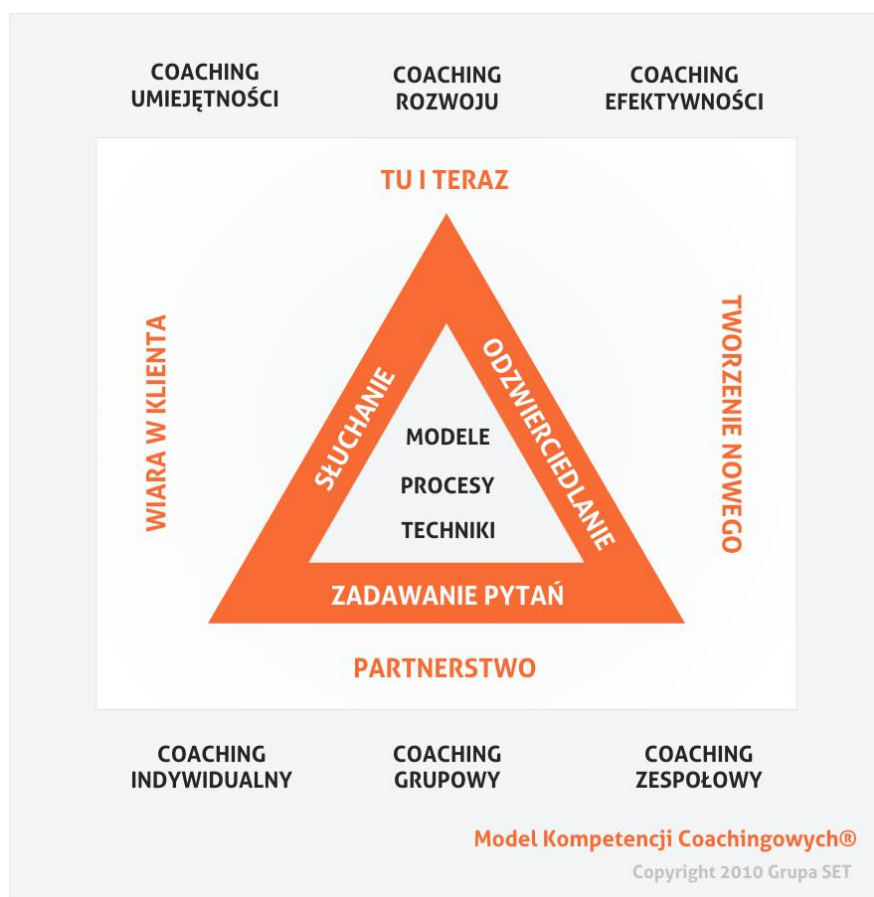


MODEL KOMPETENCJI COACHINGOWYCH[®]



WIEDZA

Kiedy zaczynamy się uczyć czegoś nowego, potrzebne nam są dokładne instrukcje – co po kolei zrobić, od czego zacząć, na czym się opierać. W przypadku coachingu, który nie jest intuicyjną umiejętnością, jak choćby trening naturalny, czy modelowanie, wiedza ta nabiera szczególnego znaczenia. Początkowo trudno rozróżnić czym coaching jest, a czym nie jest. Nie jest uczeniem, ale jest metodą rozwojową. Nie jest przekazywaniem wiedzy, ale jest metodą pozwalającą wiedzę pozyskać. Nie jest dawaniem rad, ale pomaga rozwiązywać problemy. Nie daje gotowych rozwiązań, ale pozwala na ich znajdowanie. Coaching wymaga od coacha wyjścia poza znany od szkoły podstawowej schemat uczenia innych – coach musi się stać nie tyle nauczycielem, co towarzyszem zmiany klienta. To na początku bardzo trudne, ponieważ jesteśmy programowani przez proces socjalizacji na pomaganie, doradzanie a czasem nawet wyręczanie ludzi, kiedy proszą nas o pomoc. Coach jednak nie doradzi i nie wyręczy mimo, że klient początkowo tego właśnie oczekuje.



Dlatego tak ważna staje się dobra podstawa przy uczeniu się coachingu. Dlatego w punkcie centralnym naszego modelu umieściliśmy wiedzę o modelach, procesach i technikach używanych w pracy coachingowej. Dlatego, że coaching to umiejętność, która odwraca o 180 stopni tradycyjne metody wspierania ludzi w rozwoju i każdy, kto chce coachingiem się zająć, musi mieć o co się oprzeć. Tym oparciem jest rzetelna, sprawdzona wiedza i to ona właśnie stanowi rdzeń Modelu Kompetencji Coachingowych SET®.

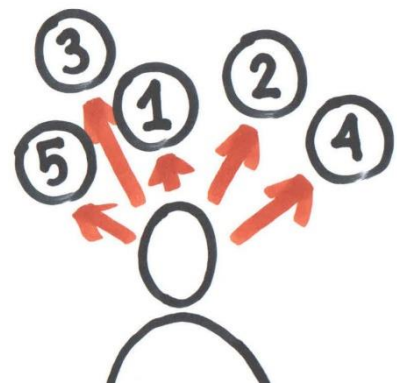
MODELE - korzystamy z najstarszego, najbardziej popularnego i sprawdzonego modelu, stworzonego przez twórcę coachingu, sir John'a Whitmore'a – Modelu GROW. Na rynku jest wiele innych modeli, ale nasza praktyka pokazuje, że większość z nich ma bardzo podobną strukturę i opiera się na tych samych założeniach. Po co więc komplikować?

PROCESY – relacja coachingowa jest specyficzna. W Coachingu, to klient jest właścicielem procesu, co oznacza, że to zawsze klient decyduje, czym chce się zajmować w trakcie sesji. Coach jest odpowiedzialny za nadanie struktury procesowi zmiany klienta, a więc, z jednej strony pomocy w dokładnym zdefiniowaniu przez klienta celu na proces coachingowy, a z drugiej, podążaniu za klientem w procesie zmiany nawet, jeśli klient niekoniecznie dąży do celu zdefiniowanego na początku.

TECHNIKI – to zestaw konkretnych technik i narzędzi do pracy z klientem, wykorzystywanych na poszczególnych etapach sesji coachingowej. Głęboko wierzymy, że na początku rozwoju kompetencji, nabierają one szczególnie istotnego znaczenia, ponieważ pozwalają ustrukturalizować sesję, dzięki czemu coach staje się coraz pewniejszy, a klient nabiera przekonania, że coaching jest bardzo konkretną metodą pracy.

UMIĘTNOŚCI

Sama wiedza oczywiście nie wystarczy. W coachingu kluczowe staje się ćwiczenie umiejętności tym bardziej, że wiele z nich stoi w opozycji do tradycyjnych metod rozwojowych. Coach nie uczy niczego, zadaje jedynie pytania. Coach nie komentuje, coach odzwierciedla. Coach nie mówi zbyt wiele, coach słucha. Oto kluczowe umiejętności w coachingu, zwane pętlą coachingową.



ZADAWANIE PYTAŃ – to tylko pozornie prosta sprawa.

Gdyby zaobserwować sesję coachingową z zewnątrz, wydaje się, że to zwyczajna rozmowa, kiedy jednak samemu jest się coachem, właściwe pytania, czyli takie, które powodują, że klient uczy się czegoś nowego, nie są już tak oczywiste. Dobre pytanie to takie, dzięki któremu klient nie opowiada o tym, co wie i co zna, ale takie, które skłania go do refleksji i sprawia, że może wyjść poza myślenie tunelowe, do którego przywykł i zobaczyć szerszą perspektywę i większy wachlarz rozwiązań.

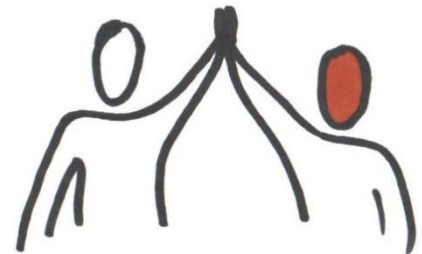
SŁUCHANIE – w coachingu nie są specjalnie istotne techniki aktywnego słuchania, których uczy się podczas szkoleń sprzedażowych. Coach uczy się słuchać nie tylko treści, które wypowiada klient, ale również emocji, które się za nimi kryją, przekonań, intencji, czy wartości. Bo to właśnie te składowe wypowiedzi klienta, podpowiadają coachowi kierunek, który dla klienta często jest nieoczywisty i zwykle odkrywczy.

ODZWIERCIEDLANIE – bycie dla klienta „lustrem” pokazującym, co się z nim dzieje podczas sesji, począwszy od wyraźnych sygnałów płynących z ciała (ożywienie, zamknięcie, uśmiech, zatroskanie, etc.), przez zwracanie klientowi uwagi na to, jakich słów używa opisując swoją rzeczywistość, aż po informowanie klienta, w jaki sposób jego zachowanie, czy wypowiedzi wpływają na coacha. To dla klienta bardzo ważne informacje, których nie dostaje na co dzień.

POSTAWY

Coaching nie funkcjonuje bez właściwej postawy coacha. Właściwej, czyli charakterystycznej dla coachingu i zupełnie innej, niż w innych metodach rozwojowych. Coach nie jest mądrzejszy od klienta (jak to jest np., w przypadku mentora, który wie więcej niż uczeń, czy trenera, który wie więcej niż uczestnicy szkolenia i ta wiedzą się dzieli, czy szefa kuchni, który wprowadza ucznia w tajniki zawodu kucharza). Bardzo ważne jest przyjęcie „postawy coacha”, jako rodzaju dogmatu, tezy a’priori, z którą się nie dyskutuje. Model opisuje najważniejsze składowe tej postawy:

PARTNERSTWO – czyli relacja symetryczna. W coachingu nie istnieje relacja: „klient nasz pan”. Coach nie jest ważniejszy od klienta, a klient nie jest ważniejszy od coacha. Relacja ta jest równa z założenia i coach jest odpowiedzialny za to, aby taką właśnie relację z klientem zakontraktować i zbudować.



WIARA W KLIENTA – Coach wierzy, że klient jest kompletny i zdolny do tego, aby samodzielnie rozwiązać problem, czy wyzwanie, z którym się mierzy. To po prostu zasada i nie ma tutaj miejsca na zwątpienie. Cokolwiek postanowi klient, jest dobre. Coach może podzielić się wątpliwościami, ale wierzy, że klient jest ekspertem od swojego życia (w dowolnym obszarze) i, w związku z tym dokona najlepszego dostępnego mu wyboru.

TU I TERAZ – coach jest towarzyszem zmiany klienta, a nie jego środowiska, czy innych ludzi, którzy na niego wpływają. Coach, podczas sesji, ma do dyspozycji tylko to, co klient mu powie i tylko nad tym może pracować. To oznacza głęboką koncentrację na kliencie i na tym, co klient przeżywa i o czym mówi podczas sesji coachingowej i traktowanie tego, jako drogowskazów pomocnych klientowi w dążeniu do celu.

TWORZENIE NOWEGO – dwa słowa, które padają często z ust klientów: „nie wiem”, to zwykle punkt zwrotny w coachingu. Przecież, gdyby klient wiedział, nie potrzebowałby coacha. To w tym miejscu zaczyna się prawdziwy coaching, ponieważ klient, przy pomocy coacha zaczyna generować nowe rozwiązania. Rolą coacha jest wspierać zasoby klienta, zachęcać go do zmiany perspektywy myślenia, konfrontować z najbardziej absurdalnymi opcjami.

KONTEKST

O ile coaching jest dość jednorodną metodą pracy, można go stosować w różnych kontekstach.



COACHING UMIEJĘTNOŚCI – koncentruje się na doskonaleniu konkretnej umiejętności lub zbioru specyficznych umiejętności. Istotą w tym podejściu jest zmiana zachowania klienta w określonych sytuacjach.

COACHING EFEKTYWNOŚCI – koncentruje się nie tyle na doskonaleniu umiejętności, co raczej na zwiększeniu skuteczności korzystania z nich, tak aby można było coraz efektywniej realizować określone zadania lub pełnić daną rolę zawodową czy społeczną.

COACHING ROZWOJU - przyjmuje formę sesji bez szczegółowo określonego z góry celu. Ma on przede wszystkim stworzyć klientowi okazję do zastanowienia się nad sobą i własnym działaniem, jego efektywnością i kierunkiem oraz nad sensem poczynionych wyborów i dalszego angażowania się w nie.

COACHING INDYWIDUALNY – to po prostu praca coacha z klientem w relacji 1:1

COACHING GRUPOWY – to praca coacha z grupą ludzi, przy użyciu narzędzi, technik i umiejętności coachingowych. Członkowie grupy pracują nad indywidualnymi celami / wyzwaniem / problemami przy pomocy narzędzi, które proponuje coach.

COACHING ZESPOŁOWY – to praca coacha z zespołem, nad wspólnym dla całego zespołu celem / wyzwaniem / problemem, z wykorzystaniem metod coachingowych.

DLACZEGO GRUPA SET®?

Od ponad 15 lat z sukcesami wspieramy
rozwój wiodących korporacji i rynku szkoleniowego w Polsce.

Zrealizowaliśmy **ponad 25 000 godzin**
efektywnych szkoleń i procesów rozwojowych.

