”Vrei să-i repari, te rog!”

Coaching – una dintre cele mai impredictibile meserii din lume. Coaching – una dintre cele mai “riscante” joburi din lume pentru amândoi: coach și coachee. Coaching – una dintre cele mai pline de împlinire activități din lume.

Coaching-ul este despre respectul pentru celălălt. Acum aproape 10 ani, Aoki-san, coach în Tokyo, îmi spunea la un pahar de vin: “pentru a putea vedea măreția din ceilalți, trebuie să fim modești.” Din poziția de coach, noi nu putem face nimic pentru cei pe care îi ”antrenăm”, dacă aceștia nu vor.

Să presupunem că este vorba de top și middle manageri din companie: nu contează cât de mult își dorește sponsorul programului de coaching să-și schimbe managerii – acest lucru nu este posibil. Nu acesta este scopul coachingului. Coachee și coach pot lucra împreună să stabilească obiectivele. Au nevoie să rețină însă ceva important: decât să îți dorești TOTUL, mai bine îți dorești CEVA. CEVA e mai mult decât TOTUL. Pentru că, în coaching, TOTUL riscă să ajungă NIMIC.

În plus, febra coachingului a prins și piața românească de ceva vreme, iar febra aceasta a făcut ca, din păcate, să fie mistificate perspectivele acestui instrument în privința dezvoltării oamenilor. Astfel că, fără a face ceva pentru ei înșiși sau fără a ști ce să facă pentru a crește impactul propriului stil de conducere, unii lideri apelează la coachi externi cu o rugăminte: “Te rog, repară-mi managerii!”

Multă lume știe, coachingul nu este pentru a repara, coachingul este pentru dezvoltare. Și, totuși, într-una din zile un posibil client îți spune direct: “Te rog, repară-i!”

Ce opțiuni ai?

Evident că poți spune NU; uneori, a fi asertiv este o

modalitate foarte bună de exprimare de sine și de întărire a încrederii în forțele proprii. Dar asta nu va rezolva situația. Care nici măcar nu are legătură cu tine. Să presupunem că vrei să spui DA, fie pentru că e o situație provocatoare, fie pentru că este o misiune pe care vrei să ți-o asumi.

Ce faci mai departe?

Primul pas este să clarifici cine sunt clienții și care este scopul lor legat de programul de coaching: unul plătește, altul utilizează serviciile de coaching. Nu uita niciodată clientul care plătește. Următoarele întrebări sunt cheie pentru o bună relație cu acest sponsor:

- Să presupunem că acest program de "Repară-i" este unul de succes: cum îți vei da seama de asta? Ce va fi diferit după aceea? (întrebări foarte utile în stabilirea obiectivelor)
- Ce vei face tu diferit după aceea? (se referă la susținerea pe care o oferă sponsorul eforturilor coachee-ului pentru a avea rezultate care durează).
- Ce altceva vrei să menționezi? (se referă la întrebările de mai sus, iar răspunsurile sunt cumva legate de opinii *și/sau convingeri pe care sponsorul le expune des. Dar "ce altceva" îl apropie de lucruri la care nu s-a gândit până atunci, uneori chiar de soluții la problemele sale.*

Dacă mutăm atenția către clientul utilizator al programului, coachee, dacă acesta nu știe de ce are nevoie de coaching (iar în programele "Repară-i" aceasta este o constantă), este bine să întrebi:

- Dragă coachee, te rog să îmi spui ce te aduce pe TINE în această discuție? Ce speri să fie diferit – mai bine – pentru TINE ca rezultat al coachingului? *(acestea ajută la recontextualizarea situației de la "șeful meu vrea să facă ceva cu mine" către "vreau să fac ceva pentru*

mine”)

- Sponsorul programului vrea să investească pentru că tu să te bucuri de avantajele coachingului. Care sunt aspectele pe care crezi că le apreciază la tine de a luat această decizie? Ce speră sponsorul să obții ca urmare a acestui program? *(creează o platformă de încredere și ajută la eliminarea unei posibile percepții că totul este negru).*
- Ce altceva? *(ajută la explorarea lucrurilor dincolo de ceea ce este coacheeul conștient. Este vorba de a ajunge la reacții de genul “La asta nu m-a gândit până acum” sau “Aveam o perspectivă diferită până acum; sunt puțin derutat”).*

După ce clarifici relația cu cele două tipuri de clienți, ai nevoie să știi cum se va derula procesul: direct cu coachee-ul și fără implicarea sponsorului sau va fi un proces în trei. În plus, ai nevoie să fii conștient de cele trei provocări ale coachingului din programele de tip “Repară-i”! Despre toate acestea, în partea a doua a articolului.

Autor: George Agafiței, Strategy Designer & Innovation Catalyst, Certificate Associate Emergenetics®

* * *

Despre autor

George Agafiței are o experiență de peste 20 de ani în susținerea dezvoltării potențialului oamenilor, inițial ca angajat în companii mari (BRD, ProTV, Arthur Andersen) și apoi, din 2006, pe cont propriu ca freelancer. George Agafiței are o educație formală în psihologie și administrarea afacerii, cu accent pe dezvoltarea leadershipului și a modelelor de afaceri. În plus, a parcurs diverse stagii de pregătire în România, Elveția și Olanda. Este acreditat în utilizarea profilului Emergenetics® și a simulării de afaceri DiG (Discovery/Innovation/Growth).

Despre Valoria

Valoria Business Solutions este o companie de consultanță, training, și coaching. Misiunea companiei este aceea de a transforma în valoare potențialul echipelor și organizațiilor. Competența, încrederea, inovația și pasiunea sunt valorile pe care le susținem prin tot ceea ce facem. Credem în oameni și în aspirația lor de împlinire personală și profesională și în dorința lor de a-și accelera potențialul. Aflați mai multe despre noi pe: www.valoria.ro.