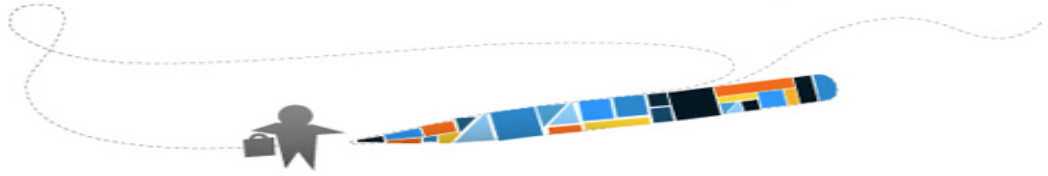




*Coaching Studio*  
by Marina Fabiano



## **ESSERE O FARE**

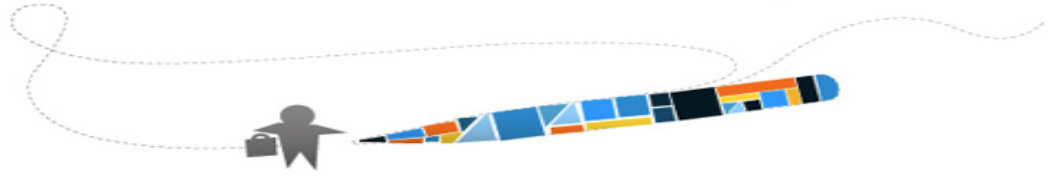


## **IL COACH**

# **Divagazioni e strumenti di coaching**



*Coaching Studio*  
by Marina Fabiano



## **ESSERE O FARE IL COACH**

### **Divagazioni e strumenti di coaching**

#### **Puntata II**

- Quali differenze emergono tra incontri in ufficio o fuori?
- Alla fine si tratta di fare da specchio riflettente, non è vero?
- In cosa consiste esattamente il processo di coaching?
  - Come si può misurare il risultato?
  - Il risultato beneficia l'individuo o l'azienda?
  - Quanto tempo occorre per vedere se funziona?



# Coaching Studio

by Marina Fabiano



## **Quali differenze emergono tra incontri in ufficio o in altri ambienti?**

**Essenzialmente la tranquillità di dialogo e la lontananza dalle possibili interferenze.**

Alla base dell'incontro esiste la cortesia di offrire attenzione esclusiva (cellulare spento, telefono disattivato, istruzioni per evitare interruzioni, ecc); è possibile in ogni caso che la permanenza presso l'ufficio del cliente generi indesiderate ma inevitabili interferenze esterne (che fare se il Capo richiede "un solo attimo, mi perdoni!").

Un luogo di incontro esterno e al di fuori di ogni opportunità di distrazione offre senza dubbio l'ambiente ideale per elaborare i pensieri con ampiezza di espressione e di emozione (qui i muri non hanno orecchie), per parlare apertamente senza timore di essere interrotti e di perdere il filo dell'idea, per assaporare la libertà di dare fiato ad idee inesplorabili, pur restando tra le righe della realtà concreta.

Riservatezza ed obiettività restano invariate da parte del coach.

## **Alla fine si tratta di fare da specchio riflettente, non è vero?**

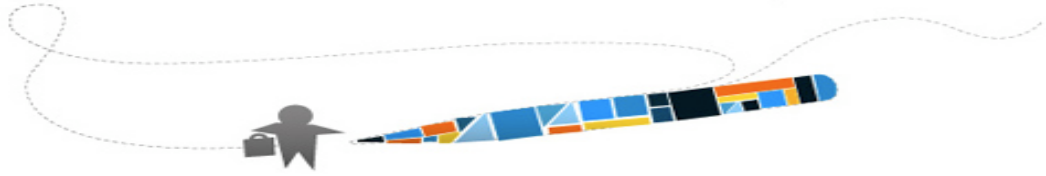
**Non solo. Sicuramente il fatto di esprimere a voce alta la propria opinione, idea o progetto, il prendere un impegno con una persona di rispetto dopo aver elaborato le scelte possibili, gioca un ruolo poderoso nell'esercizio del coaching. Ecco alcuni commenti a proposito del coach:**

- " mi ha aiutato a conoscermi meglio e in modo più ampio "
- " era disponibile quando avevo necessità di esprimermi "
- " ho imparato l'importanza del continuo e costante apprendimento "
- " ora penso e mi comporto in modo diverso, più apprezzato "
- " vedo le alternative sotto prospettive diverse "
- " decido con calma, senza troppi tentennamenti "
- " ho imparato un metodo, lo uso e lo trasmetto ad altri "
- " il gruppo di lavoro collabora, ascolta e propone, si lavora a pieno ritmo, ma volentieri "



# Coaching Studio

by Marina Fabiano



## Come funziona

1. **Incontri individuali o al telefono.** E' possibile fissare uno o più incontri individuali e successivamente decidere insieme se proseguire il lavoro attraverso conversazioni telefoniche. La scelta è molto flessibile ed è oggetto di accordo tra Cliente e Coach.

2. **Quanti incontri.** Anche questo dettaglio viene concordato in base al lavoro da svolgere, tempi ed appuntamenti vengono fissati di volta in volta secondo esigenze e desideri del Cliente e del Coach. In genere, io suggerisco un minimo di 10 incontri, di persona o telefonici, in 3 mesi di collaborazione, poi si vedrà.

3. **Come si comincia.** Mettendosi in contatto con il Coach prescelto, nel mio caso compilando il modulo "richiesta di contatto" ed inviandolo seguendo le istruzioni. Seguirà una telefonata di conoscenza reciproca, durante la quale decideremo insieme se e come proseguire il colloquio.

4. **Che impegno richiede.** Semplicemente la determinazione di voler raggiungere i propri obiettivi. Se il Cliente desidera qualcosa, le risorse e le energie per ottenere l'oggetto ambito salteranno fuori e verranno messe a disposizione. Io, come Coach, mi aspetto che il Cliente rispetti gli impegni che prenderemo insieme.

6. **Come si prosegue.** Se si decide di proseguire, si fissa un primo appuntamento (individuale o telefonico). Mentre il Coach invia un semplice accordo di collaborazione da firmare per accettazione, il Cliente si impegna a formalizzare il pagamento della consulenza in modo anticipato tramite bonifico bancario, al ricevimento del quale verrà emessa relativa fattura.

Il resto vien da sé.



## In cosa consiste esattamente il processo di coaching?

Esiste un processo generico, visualizzabile nel circolo virtuoso che parte dalla Situazione Attuale e si srotola fino al Feedback Costruttivo. Desideriamo però sottolineare che ogni percorso di coaching è altamente personalizzato, progettato, tagliato e cucito addosso alle esigenze ed alle aspettative del cliente.



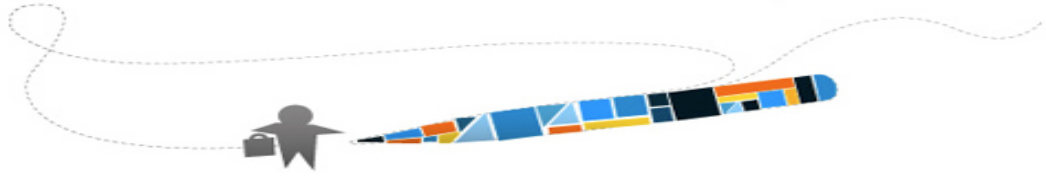
### **ACCORDO / CONTRATTO**

L'accordo di relazione costituisce le fondamenta del delicato ma solido intreccio che lega il coach ed il cliente. E' importante stabilire fin dall'inizio del rapporto cosa si aspetta il cliente dall'attività di coaching, quanto impegno ed energia è disposto ad investire, che obiettivi intende identificare. Mentre è compito imperativo del coach chiarire cosa offre il coaching e attraverso quale processo evolutivo.



# Coaching Studio

by Marina Fabiano



## 1. SITUAZIONE ATTUALE

Primo passo: raccontarsi. E' l'incipit della relazione, il momento che decide se il rapporto vola o se ha intenzione di trascinarsi a fatica (in questo caso, meglio interrompere subito e affidare il cliente ad altro coach). Il cliente, sollecitato da qualche breve e leggera domanda, esamina la situazione attuale ed identifica il problema o il nucleo dell'obiettivo che gli frulla in testa.

## 2. RICERCA DELL'OBIETTIVO

L'obiettivo talvolta non è ancora definito, ma vaga nebuloso nella galassia dei desideri o delle perplessità del cliente. Domanda su domanda, chiarimento su illuminazione, definizione su ripetizione, l'obiettivo prende forma e diventa visibile. Spesso ne nascono più d'uno, concatenati tra di loro, creando un senso di entusiasmo e di impazienza, da riordinare secondo priorità. Ovviamente l'obiettivo deve essere raggiungibile e non devono esistere ostacoli insormontabili (tutto è possibile, volendo, ma meglio non esagerare con i sogni ad occhi aperti).

## 3. RIASSUNTO E SINTESI

Meglio accertarsi che abbiamo capito tutti lo stesso messaggio, che non restino nell'aria interpretazioni fantasiose o aspettative allegre. Si riassume la situazione, si verbalizza l'obiettivo, e si prosegue nella ricerca dei fatti.

## 4. ALTERNATIVE E SCELTE

Una volta stabilito l'obiettivo, è il momento di studiare le opportunità di movimento, individuare le alternative, pesare le scelte, annusare le conseguenze. E' come stabilire il percorso ottimale per un viaggio: Prendo l'aereo o vado in auto? Meglio il traffico della strada o le incertezze degli aeroporti? Forse il treno offre qualche vantaggio in più? Ma a tempo come la mettiamo?

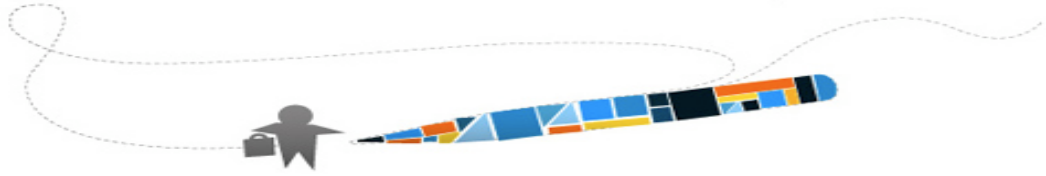
## 5. PRENDERE LE DECISIONI

Siamo portati ad agire d'istinto. Spesso non ci rendiamo neppure conto che stiamo prendendo una decisione perché il processo fa ormai parte delle elucubrazioni cerebrali costruite nel tempo e con i mattoni dell'esperienza e della cultura. Nel coaching, il processo decisionale diventa semplicemente efficace.



# Coaching Studio

by Marina Fabiano



## 6. DEFINIRE IL PIANO

E ora via alla tattica. L'obiettivo è lì bello luminoso, la decisione è identificata. Basta stabilire il primo passo, e quelli subito successivi, e il resto vien da sé svolgendosi in una cascata di avvenimenti concatenati. Sia le decisioni che i piani d'azioni possono essere modificati a piacimento, man mano che l'obiettivo si avvicina e prende forma concreta. Perciò il cliente ed il coach possono serenamente concordare un piano ampio ed inanellato senza temere la rigidità del binario di ferro.

## 7. ESEGUIRE IL PIANO

Tra il dire e il fare, c'è di mezzo l'impegno che il cliente promette di approfondire nel raggiungimento degli obiettivi. Un conto è identificare le azioni che porteranno alla meta, un conto è eseguirle. E' perciò che l'obiettivo deve essere fortemente voluto, altrimenti si troveranno mille scuse per saltare l'ostacolo o ritardare l'avvenimento.

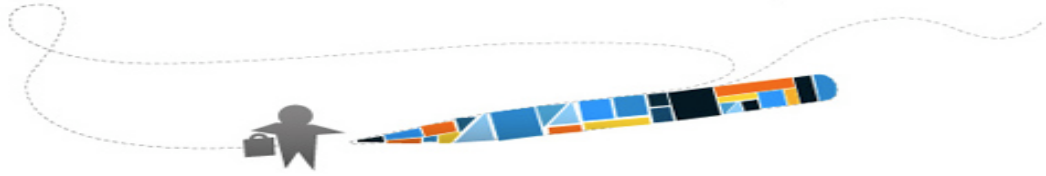
## 8. FEEDBACK COSTRUTTIVO

Rivedere periodicamente i risultati parziali, evidenziare le azioni che funzionano meglio o i comportamenti più adatti allo scopo, identificare le modifiche di percorso, stabilire successi e fallimenti: tutto ciò fa parte di un sano feedback che permette di proseguire sulla rotta tracciata verso l'agognata meta. Il coach impersona lo specchio riflettente che non solo rende il messaggio esemplificato ma lo trasforma in idea luminosa e rivelatrice. Il feedback è onesto, è chiaro, è illuminante, è inelusivo. Non è politico, non è diplomatico, non è fuorviante, non è illusorio. Il metodo "sandwich" funziona alla perfezione: cosa ha funzionato bene e perché, cosa poteva essere fatto meglio e come, cosa si potrebbe inventare ora e perché.



# Coaching Studio

by Marina Fabiano



## **Come si misura il risultato?**

Faccenda ardua, se vogliamo parlare di risultati misurabili in numeri. Alla lunga, il comportamento modificato per incontrare nuove esigenze di mercato produce business aggiuntivo, ma ciò potrebbe non dipendere interamente dalla persona.

Se invece l'azienda illuminata è interessata alla misurazione empirica, basata sulla soddisfazione del cliente, dei collaboratori, del management, il risultato diventa evidente, anche nel giro di tempi ridotti.

E allora vedremo un atteggiamento proattivo, uno spirito di iniziativa lampeggiante, una presentazione sfavillante, una gestione del team corroborata da gente entusiasta e collaborativa, un gruppo di lavoro efficace ed efficiente, una persona sorridente e attenta alle esigenze di chi la circonda.

## **Il risultato beneficia l'individuo o l'azienda?**

Sicuramente l'individuo ne trae ampio beneficio, in quanto migliora il proprio modo di essere, di esistere e di comportarsi.

Il manager apprezza l'investimento che l'azienda profonde in lui, e la ripaga con accresciuta lealtà.

L'azienda si avvantaggia di un manager modificato secondo parametri concordati, che contribuirà alla diffusione della cultura del coaching all'interno della compagine organizzativa.



### **Quanto tempo occorre per vedere se funziona?**

I primi tre mesi di relazione cliente-coach permettono già di comprendere meglio sé stessi, le proprie attitudini ed i propri obiettivi/desideri. Conoscersi è già un risultato sorprendentemente vantaggioso.

I tre mesi successivi offrono inoltre una strada tracciata verso cose da fare, mete da traguardare, consapevolezze da mettere a frutto, lacune da eliminare. E si lavora spesso su una scia di elementi di successo che rendono il prosieguo sempre più fluido.

Ulteriori sei mesi permettono di smussare abitudini comportamentali di vecchia data, dure da estirpare pur in presenza di accordo, difficili da modificare perché parte della storia. E danno l'opportunità di lavorare serenamente verso obiettivi a lungo termine, delicati nella loro complessità, ardui nella loro ambizione.