



The Business is a Game

Las 15 competencias del Coach

AGILE COACH PROFESSIONAL





The Business is a Game



SÉ COMPETENTE



En una era de aparatos intrincados y máquinas y vehículos de alta velocidad, nuestra supervivencia y la de nuestra familia y amigos depende en gran medida de **la competencia general** de los demás.

En el mercado, en las ciencias, en las humanidades y en el gobierno, la incompetencia puede amenazar la vida y el futuro de unas cuantas personas o de muchas.



The Business is a Game

Elementos para ser competente:



OBSERVACIÓN

Ser el observador.



ESTUDIO

Desaprender, aprender y reaprender.



PRÁCTICA

Practicar, practicar y practicar.





The Business is a Game



15 COMPETENCIAS





The Business is a Game

Generar conversaciones provocadoras.

Las sesiones de Coaching son por lo general cortas.

Al escuchar lo que el cliente dice y lo que no dice, al cuestionarte lo que escuchas, al hacer las preguntas adecuadas, buscando claridad, y al compartir con el cliente lo que sabes y como te sientes, una conversación provocadora puede ocurrir en minutos en vez de en meses.



The Business is a Game



Revelar al cliente a si mismo.

Cuanto mejor se conoce uno mismo, mejores decisiones puede tomar. Parte de lo que los Coaches hacen con sus clientes es ayudarles a descubrir sus dones, talentos, deseos, valores, necesidades y sueños; así como ayudarles a entender que es lo que les motiva e inspira. ¿El resultado? Un cliente bien informado, que avanza rápidamente por el camino del autodescubrimiento.





The Business is a Game

Sacar grandeza.

¿Quién sino el **Coach** que se ha entrenado para hacer esto diestramente, todos los días del año? Y, aunque es verdad que pocos clientes vienen a un coach pidiendo específicamente que saquemos a la superficie y desarrollemos su grandeza, esto es lo que hacemos de forma natural cuando le pedimos al cliente que piense y actúe a lo grande, y cuando constantemente le pedimos que suba el listón y sus estándares..



The Business is a Game

Disfrutar inmensamente del cliente.

¿Por qué es “disfrutar con el cliente” una aptitud? Muy sencillo. Porque cuando disfrutas con un cliente en su totalidad (en los momentos buenos y en los malos), se desarrolla un alto grado de confianza de forma natural. ¿Y cuál beneficio? Los clientes corren mas riesgos y avanzan mas rápidamente porque saben que tu estas completamente presente para ellos. Cuando la relación entre coach y el cliente llega a este punto, el coaching es cooperativo y fácil, no pesado.





The Business is a Game

Ampliar los esfuerzos del cliente.

Una de las razones por las que los clientes contratan a un coach es para que les ayuden a hacer mas en menos tiempo, mas de lo que harían ellos solos.

Así pues, el Coach actúa como catalizador y acelerador. Al ayudar al cliente a hacer mas de lo que han hecho previamente o de lo que se creen capaces de hacer, aparece un importante valor añadido.



The Business is a Game



Navegar vía curiosidad.

El coach que es curioso por naturaleza puede dejarse guiar por esa curiosidad. Al fin y al cabo, los coaches estamos en el negocio del descubrimiento y ¿Cómo puedes ayudar al cliente a encontrar nuevas y mejores formas de hacer las cosas, si no eres curioso?. Y el verdadero beneficio de la curiosidad es que ambos, el coach y el coachee, aprendan.





Reconocer la perfección en cada situación.



The Business is a Game

Una forma de ver la vida es creer que todo lo que sucede, sucede por una razón perfecta, incluso si no podemos ver o saber cual es esa razón durante nuestra vida. De lo que se trata aquí es de buscar y encontrar como un suceso, problema, situación o característica es perfecta, aun cuando claramente no lo es. Buscando comprender y reconocer la perfección primero, (en vez de ofrecer consejos, técnicas y soluciones de forma automática como cuando te dan con el martillo en la rodilla y la pierna de forma automática se levanta) es lo que el Coach hace de forma natural.



The Business is a Game



Poner rumbo a lo mas importante.

De dependiendo del día, de la hora o incluso del minuto, lo que es mas importante para el cliente cambiara. Es la naturaleza de los individuos que se encuentran en una fase de rápido crecimiento en sus vidas.

El coach es a la vez, rápido para identificar esta diana móvil y lo suficientemente flexible para ajustar el coaching para ser efectivo en este nuevo camino.





The Business is a Game

Comunicar claramente.

Esto tendría que ser obvio, ¿si?

Después de todo, cuanto más clara sea la comunicación, menos se interpone en el camino de un gran coaching. Una vez dicho esto, la mayoría de nosotros tenemos **“cosillas”** en nuestro estilo de comunicación que frenan las súper-conductiva naturaleza del proceso de coaching. Los coaches trabajan en limpiar esas “cosillas” que impiden un coaching efectivo. ¿Qué tipo de cosas? Todo tipo, desde prejuicios, juicios, necesidades insatisfechas, “deberías”, “podrías”, discursitos, agendas, arrogancia y miedos. Todo ello se puede eliminar.



The Business is a Game



Contar lo que percibes.

Los clientes confían en nuestra observaciones, intuición e incluso en nuestras “pistas” para ayudarles a avanzar en la vida. Así que cuanto más a menudo y más fácilmente un coach pueda compartir lo que ve, siente y escucha, añade mayor valor para ese cliente. A menudo, las indicaciones mas pequeñas y sutiles son las que pueden actuar como poderosas guías y catalizadores en la vida o en el negocio del cliente.



Coaching



The Business is a Game

Ser el hincha del cliente.

Cuanto más a menudo, y más profundamente, el coach se convierte en un hincha del cliente a todos los niveles (incluyendo sus acciones, progreso, sueños, características, compromisos, dones y cualidades), más apoyado se sentirá el cliente y mayores serán sus posibilidades de tener éxito. Para el coach, simplemente respaldar no es suficiente, hay otro nivel mucho más elevado de apoyo que se genera cuando el coach opera a nivel de hincha..



The Business is a Game

Explorar nuevos territorios.

El coach amplía la forma de pensar del cliente tejiendo nuevos conceptos, principios y distinciones durante la sesión de coaching, y también invita al cliente a experimentar con nuevos modelos, formas de hacer las cosas, e incluso identificar nuevas metas o resultados.

Los clientes normalmente no piden esto al coach, pero estas son formas claves de crear valor para el cliente.





The Business is a Game

Saborear la verdad.

Puede sonar obvio, pero es más profundo de lo que parece. Después de todo, la verdad está a un nivel por encima de la simple honestidad, siempre hay una verdad sobre una situación, una persona o evento, que cuando se descubre y se articula, puede transformar la vida o el negocio de una persona. Los coaches han llegado al punto de disfrutar y orientarse entorno a la verdad como una fuente de alegría y de guía.



The Business is a Game



Diseñar un entorno favorable.

El éxito, por no mencionar la evolución personal, puede ser sostenible cuando existen entornos y estructuras de seguridad que lo apoyan.

Después de todo, ¿Quién quiere depender de la fortaleza o de la voluntad para hacer cosas o para desarrollarse a si mismo?

El coach se entrena especialmente para ayudar al cliente a diseñar e instalar estos entornos.





Respetar la humanidad del cliente.

Todos tenemos límites, tanto internos como externos, y a pesar de que en el coaching se trata de maximizar el potencial y las oportunidades, todos somos humanos y el Coach lo respeta. El éxito sin estrés es lo que todos perseguimos y reconociendo límites y respetando los distintos caminos al logro, el cliente es individual y universalmente respetado.

AGILE COACH PROFESSIONAL





¿CÓMO TE SIENTES?





The Business is a Game

¡Gracias!

¿Preguntas?

The Business is a Game

