

Коучинговый инструмент

КАК ЗАВЕРШИТЬ КОУЧИНГОВУЮ СЕССИЮ

Рекомендации Марши Рейнольдс

«Новое осознание должно быть ясно сформулировано для клиентов, чтобы они могли опираться на него в своих дальнейших действиях».

Коучи часто упускают возможность дать понять клиентам, что настал лучший момент действовать, когда легкая улыбка, вздох или удивленный взгляд указывают на то, что они наткнулись на истину или решение, которого раньше не видели. Дверь открылась для нового видения. Но коучу еще нужно провести исследование с клиентом, как именно тот войдет в эту дверь.

ИНСАЙТЫ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ОЗВУЧЕНЫ, ЧТОБЫ СТАТЬ РЕАЛЬНЫМИ

Озарения могут вызвать чувство вины, смущения или гнева. Не симпатизируйте и не умаляйте переживания клиентов. Они смогут снова дышать. Если они попытаются сменить тему, попросите их поделиться эмоциями. Спросите, что эти переживания значат для них. Им может быть трудно подобрать слова. Дайте им возможность побыть в тишине и найти слова, чтобы назвать эти эмоции. Эмпатично резюмируйте услышанное. Если вы сами перефразируете их высказывания, попросите их принять, подтвердить или изменить утверждения, которые сформулировали вы. Тогда вы точно убедитесь, что клиент имел в виду именно это.

ТРИ СОВЕТА ДЛЯ ЗАВЕРШЕНИЯ СЕССИИ, НАЦЕЛЕННОГО НА РОСТ КЛИЕНТА

Клиенту, возможно, понадобится поговорить об этом новом способе понимания себя и окружающего мира, перестраивая собственное восприятие того, что он теперь видит и знает.

Как только клиенты дадут понять, что готовы двигаться дальше, уточните, готовы ли они рассмотреть, какие действия они готовы предпринять прямо сейчас или они хотят пересмотреть свою цель на основе полученных инсайтов. Ваш коучинг может внезапно получить новое направление.

КАК ОБЕСПЕЧИТЬ ПРОГРЕСС В КОНЦЕ СЕССИИ

Если не завершить коучинговую сессию формальным, вербализованным побуждением к действию, клиенты могут забыть о том, что они посчитали необходимым сделать после окончания сессии. Они могут даже забыть те инсайты, которые получили.

Они должны озвучить шаги, которые они собираются предпринять, и препятствия, которые могут помешать достижению цели.

Превратите идеи в действия, задав эти вопросы:

1. Что вы будете делать прямо сейчас?
2. В течение какого времени?
3. Что может помешать выполнению взятого обязательства (и приведет к плану Б)?
4. Какая еще поддержка или ресурсы вас поддержат?
5. Что вы будете делать, если результаты окажутся другими, чем вы планировали?
6. Каким вы видите себя, когда предпримите те шаги, которые вы планируете сейчас?

Завершите признанием работы, проделанной клиентом, независимо от того, насколько явно он ее продемонстрировал. Если у клиента возникло желание встретиться, значит еще есть стремление продолжать искать свой путь.

Если это регулярные встречи, признайте прогресс, которого удалось достичь клиенту. Оцените его стремление продолжать коучинг несмотря на занятость.

Спросите, чувствует ли он себя достаточно наполненным, готовым завершить сессию.

1

Когда вы заметите изменение, которое указывает на инсайт у клиента, спросите: «Не могли бы вы поделиться тем, что только что пришло вам на ум?» Используйте молчание, чтобы дать время клиенту сформулировать свои мысли. Затем задайте вопрос: «Что это озарение значит для вашего желания измениться?» Убедитесь, что клиент четко формулирует свое новое осознание, прежде чем двигаться дальше.

2

Новые инсайты могут привести к формулированию нового результата. Инсайты также могут сразу подсказать какие-то действия. Попросите клиентов проговорить то, что они узнали, и как это влияет на желаемый результат. Затем предложите выбрать, что они хотят сделать дальше. Если они говорят, что теперь знают, что им нужно делать, убедитесь, что речь именно о действии, уточните когда это будет сделано, и что они предпримут, если что-то пойдет не по плану.

3

Не обобщайте планы действий за вашего клиента. Попросите проговорить каждое желаемое действие, по одному предложению на одно обязательство. Вы можете дополнить, если клиент что-то забыл. Каждый раз уточняйте: «Когда вы это сделаете?» Завершение сессии обещанием сделать хотя бы одно дело, даже просто подумать о нем, укрепляет решимость клиента действовать, даже если появляются сомнения или не хватает времени.