

## RAMY PROGRAMOWE COACHINGU:

- Punktem wyjścia jest omówienie następujących obszarów: cele coachingu – co miałyby ulec zmianie, zasady – np. zasada poufności dotycząca przebiegu sesji, zasady przepływu informacji nt. procesu, czas i forma przekazania danych dotyczących klienta (np. opis stanowiska, wynik oceny okresowej, informacje o strategii firmy), narzędzia diagnostyczne (np. DC, testy, samoocena, wywiad, ocena 360 stopni) wykorzystywane w procesie, ramy czasowe, harmonogram i koszty związane z procesem.
- Pełny cykl trwa na ogół 6-12 miesięcy. Składa się z 5-9 sesji. Każda sesja trwa ok. 2 godzin (na ogół 16 godzin pracy indywidualnej oraz prace domowe w przerwach między sesjami). Sesje odbywają się co dwa – cztery tygodnie. Na początku mogą być co tydzień, żeby przyzwyczaić klienta do systematycznej, celowej pracy nad rozwojem. Po około czwartej sesji przeprowadzana jest sesja ewaluacyjna, która ma na celu zweryfikować cel klienta oraz postępy. Kolejne sesje odbywają się rzadziej, nawet raz w miesiącu. W procesie coachingu istotne jest ustalenie celu na proces i celów na poszczególne sesje. Po całym procesie, może zostać postawiony nowy cel (np. na początku klient pracował nad tym, żeby awansować na stanowisko kierownicze, a po tym, jak osiągnie cel, postawi sobie nowy: być najlepszym kierownikiem w Polsce).
- W coachingu ważne jest założenie, że klient jest w posiadaniu wszystkich zasobów jakich potrzebuje. Niepowodzenia natomiast to tylko opinie (przekonania) na temat uzyskiwanych przez klienta efektów krótkoterminowych oraz informacje zwrotne napływające z otoczenia. Rolą coacha jest tu wsparcie w wyłonieniu rozwiązań i strategii z informacji pochodzących od klienta. Coach zna pytania, ale to klient zna odpowiedzi.
- Efektywność w tym obszarze pozwala na sprawne wykorzystanie posiadanych umiejętności oraz prezentowanie postawy zapewniającej skuteczne działanie.