

A geometric design consisting of a central square with rounded corners, overlaid with four overlapping circles that create a complex, symmetrical pattern. The design is centered on a solid pink background.

# **COACHING COMPLEMENTAR**

## DEFINIÇÃO DE COACHING

O *Coaching* consiste em um acompanhamento personalizado, com vistas a obter resultados concretos e mensuráveis na vida profissional e/ou pessoal. Realizar "*coaching*" em uma pessoa é acompanhá-la ao sucesso de seus objetivos.

***Coach: profissional (motivador).***

***Coachee: cliente (motivado).***

## SURGIMENTO DO COACHING

O "*coaching*" tem como origem o termo coach, do inglês, que designa carruagem de quatro rodas.

Logo, virou gíria no meio universitário nos EUA, para designar "tutor particular" de matérias específicas.

O "*coaching*", como se conhece hoje, teve origem no mundo desportivo, na década de 30, onde o treinador é o mentor, o formador, é a pessoa que impulsiona o atleta para dar o melhor de si mesmo. Foi introduzido nas empresas na década de 50, como uma habilidade do gerenciamento de pessoas. Essa metodologia, criada nos EUA, difundiu-se na Europa nas décadas de 1980 e 1990 e, inicialmente, estava ligada aos líderes empresariais e dirigentes, para somente depois, se democratizar.

## OS DIFERENTES TIPOS DE COACHING

Existem diferentes tipos de coaching:

- O *coaching* de equipe;
- O *coaching* individual;
- O *coaching* de vida ou lifecoaching;
- O *coaching* em empresa ou business coaching...

Esses tipos de coaching podem ser tratados de maneiras diferentes: O coaching de aconselhamento, o coaching de formação ou o coaching puro. Nos dois primeiros casos, há um conceito de transferência de competência: o cliente receberá de seu coach as informações e direções a tomar, com fins de alcançar seu objetivo. No entanto, no coaching puro, o trabalho é centrado exclusivamente no cliente e seus recursos. As mudanças ocorridas virão prioritariamente de um processo interno passado pelo cliente.

O *coaching* pode ser qualificado como um processo de mudança profunda e objetiva, em curto período de tempo, onde diferentes ferramentas e técnicas são combinadas para o sucesso de resultados, que é medido pelo alcance dos objetivos reais do cliente.

Uma das características do processo é pautar as ações no presente e futuro breve, e diferente de terapia; não há foco no passado. O Processo todo se concentra no AQUI E AGORA.

Presente Futuro próximo (Objetivo a ser alcançado).

## PROCESSO INVESTIGATIVO

Um atendimento de coaching eficiente é praticamente, pautado em perguntas. Perguntas que muitas vezes podem parecer repetitivas, mas que possuem um papel fundamental no processo: levam à reflexão. Permitem que o cliente internalize as suas questões, encontre as suas respostas. São perguntas que podem parecer superficiais.

Quem sente e conduz é o profissional com as suas técnicas, e o ponto principal de qualquer sessão reside nas perguntas que visam que o cliente busque em si, a partir de suas reflexões, as respostas para suas questões.

## ALGUMAS TÉCNICAS DE COACHING QUE POTENCIALIZAM CONTATO/COMUNICAÇÃO

São inúmeras as técnicas e ferramentas do processo de Coaching, podendo estas serem ou não usadas em sua totalidade. A metodologia é pautada por técnicas e ferramentas que potencializam os resultados de forma efetiva e devem ser usadas de acordo com a condução e permissão de seu cliente.

### ESPELHAMENTO:

Essa técnica consiste em reproduzir o comportamento de outra pessoa e, assim, criar empatia, confiança e facilitar o rapport. É importante que esse processo seja imperceptível, senão, o que acontece é o efeito inverso.

O que você pode imitar: postura corporal, gestos de mão, expressões faciais, deslocamento de peso, respiração, movimentos de pés, movimentos de olhos, etc.

### OUVIR NA ESSÊNCIA:

É a capacidade de ouvir além das palavras ditas. Escutar com respeito e entrega verdadeira. Permite o rapport, o respeito e confiança do cliente. Permite uma conexão inconsciente como cliente. É uma atitude interna, claramente percebida, de compreensão; é um "ouvir não verbal" que está contido em cada intervalo das palavras.

### ESCALA:

É uma forma de mensurar, através de números, alguma informação ou situação. Exemplos: "Em uma escala de 0 a 10, o quanto você poderia ter feito diferente?"; "O quando você está comprometido?"; "O quanto realmente é esse o seu objetivo?"; "O que falta para você chegar a 10 nessa situação?".



## CONVITE:

CONVIDAR é sempre mais positivo do que MANDAR. Nessa relação entre coachee e coach, é empoderador quando o coach apenas convida e a decisão final fica com o seu coachee. Assim, a responsabilização e o comprometimento se fortalecem, bem como a sensação de confiança.

## PATROCÍNIO POSITIVO:

Usar palavras positivas, afirmações poderosas, não focar em fracassos, fazer com que o momento seja esperado, com que o cliente sinta-se motivado e encorajado a novos encontros e ao processo, de modo geral.

## VALIDAÇÃO:

Nunca julgar, aceitar o cliente como ele é. Para isso, é importante que o cliente seja compreendido claramente e, fazemos isso validando as suas informações, evitando ao máximo interpretar.

## RECAPITULAÇÃO:

Serve para termos a certeza de ter compreendido o cliente sem interpretar e, também para que ele tenha a certeza do que está dizendo, seja realmente sincero consigo mesmo. Consiste em repetir, de forma igual, ou muito similar, frases importantes de seu cliente.

## REFORMULAÇÃO:

A reformulação em suas entrevistas como coach devem ser utilizadas o tempo todo. A reformulação é a repetição do que seu cliente acabou de lhe dizer. Você irá usar suas próprias palavras, ou poderá também lhe pedir para esclarecer as palavras que ele acabou de usar.

Esta reformulação destina-se a:

- *Certificar-se de ter entendido o que o cliente está lhe dizendo;*
- *Permitir que seu cliente esclareça ele mesmo o seu pensamento;*
- *Resumir o que seu cliente acabou de dizer a você e encaixar na sessão;*
- *Dar a seu cliente o sentimento de ser ouvido e compreendido;*
- *Evitar a interpretação do que você escuta.*

## “ FAZ SENTIDO PRA VOCÊ?”

É um convite para a cliente reflita sobre algo, para que ela encontre a resposta e, assim, se empodere do momento.



## O QUE TE IMPEDE?

Quando a motivação é real, quando o objetivo está totalmente definido e alinhado com o propósito, não há nada que o impeça de ir adiante. A pergunta poderosa, “o que te impede?”, deve ser feita sempre que a cliente parece tentar se boicotar, e pode ser repetida de forma consecutiva.

## AMBIENTE SEGURO:

Aqui se fala de dois ambientes: o ambiente de trabalho e o ambiente direto do cliente. Então, atenção ao local que você escolherá para realizar suas sessões. Você deve escolher para suas sessões um ambiente de trabalho confortável, sem perturbações externas, permitindo que seu cliente fale livremente, expresse seus sentimentos sem receio de que outras pessoas possam estar ouvindo o que está sendo dito. Você deve questioná-lo sobre seu ambiente, ensiná-lo a se cercar de pessoas positivas, que acreditam nele ou, na pior das hipóteses, sejam neutras em relação a ele; levá-lo a enriquecer sua rede relacional com pessoas vencedoras e ter tolerância zero diante de comportamentos prejudiciais.

Leve-o a abandonar os sistemas de desvalorização e a preferir a autenticidade e o compartilhamento.

## FEEDBACK

É uma forma de o cliente obter respostas de terceiros em relação à sua imagem. Pode-se sugerir que escolha um grupo de pessoas (família, trabalho, amigos) para responder perguntas objetivas relacionadas à sua imagem, como por exemplo:

- 1) O que você acha da minha imagem?**
- 2) A minha imagem condiz com a minha personalidade?**
- 3) Se você fosse atribuir três características à minha imagem, quais seriam?**

Feedback não é algo que pode ser contestado. Deve ser recebido como um presente, escutado e

## RAPPORT: SEGUNDO ANTHONY ROBBINS:

“Rapport é a capacidade de entrar no mundo de alguém, fazê-lo sentir que você o entende e que vocês possuem um forte laço em comum. É a capacidade de ir totalmente do seu mapa de mundo para o mapa de mundo dele. É a essência da comunicação bem sucedida”.

Essa técnica é fundamental para qualquer processo de coaching. Através dela é que acontece a comunicação efetiva, ao nível do inconsciente. Propõe-se a demonstrar à pessoa que ela é verdadeiramente ouvida e compreendida, sem julgamentos e entraves. É aqui que acontece a verdadeira empatia.