

## **ORIENTAÇÕES PARA A ENTREVISTA E MENSURAÇÃO DE OBJETIVO DE IMAGEM**

Implícito no questionário que será aplicado na primeira sessão com o cliente, é importante estarmos atentos para as principais técnicas, para o objetivo da sessão, e para despertar a consciência e comprometimento do nosso cliente. As perguntas e orientações que seguem, não necessariamente precisam estar explícitas assim no questionário, mas é importante para o Consultor ter em mente que essas questões precisam estar resolvidas

### **Definindo a motivação:**

#### **1. Qual é a motivação? Onde você se encontra atualmente?**

O consultor precisa compreender a situação de partida: explore o ambiente, as circunstâncias, as razões pelas quais o cliente chegou até você.

#### **2. Em que o fato de... é um problema para você?**

Utilizar a reformulação evocando a situação e tornar a problemática clara ao cliente (sem julgamento ou interpretação).

#### **3. Quais serão as consequências para você se o “problema” ( o objetivo de imagem) não for resolvido em curto prazo?**

Essa pergunta permite envolver o cliente, fazê-lo tomar consciência do lado negativo que pode ter a situação na sua vida.

#### **4. Qual seria a situação ideal para você? ( mais um ponto que define e dá clareza em relação ao objetivo de imagem)**

Depois de ter visualizado e evocado as consequências negativas da situação atual, levar o cliente a projetar-se na situação esperada.

## **FOCO DA ENTREVISTA INICIAL**

**Problema:** Qual é o problema ( OBJETIVO DE IMAGEM) ? O que restringe você atualmente? Que dificuldade você encontra?

**Origem:** Qual poderia ser a fonte do problema? O que está na origem do problema?

O consultor deve lançar luz sobre as causas e as fontes dos problemas, e não sobre os sintomas. Não se faz coaching dos sintomas.

Porém, atenção: o coaching ocorre aqui e agora. A origem do problema está, então, na vida adulta do cliente, e não na sua infância, o que caracterizaria um trabalho de psicoterapia.

**Situação:** Se entendi bem, o problema é... E a origem disso é... É isso?

Utilizar de novo a reformulação permite validar ao cliente o que ele lhe disse. Talvez haja uma reelaboração dos elementos. Cabe a você retornar a essa etapa até obter “sim, é isso!”.

Essa etapa também possibilita que o cliente tome consciência de que há uma diferença entre o problema, ou seja, o sintoma, e sua origem, que será trabalhada.

**Estratégia:** Que possibilidades você tem, agora, de resolver esse problema, para chegar a esse objetivo de imagem? Dê-me cinco soluções, sendo que duas delas podem ser fora do comum, que lhe permitem resolver o seu problema no momento.

Agora que a causa do problema está identificada, trata-se aqui de levar o cliente a estabelecer uma estratégia eficaz.

**Ação:** Qual dessas soluções lhe parece ser a mais simples de se pôr em prática a partir de hoje e com a qual você pode se comprometer? Quando você vai realizá-la?

A prática é indissociável do processo de consultoria!

### **FOCO PARA ALCANÇAR UM OBJETIVO**

**Objetivo:** Sobre o que você deseja trabalhar? O que você quer verdadeiramente?

Determinar e explicitar o objetivo.

**Realidade:** Onde você se encontra hoje em relação a isso?

O consultor faz cliente tomar consciência da lacuna existente entre o objetivo e a realidade. Você pode optar pela pergunta: “Em uma escala de 1 a 10, onde você se situa?”.

**Escolha:** Dê-me cinco opções que lhe permitem a partir de agora avançar em direção a esse objetivo (não hesite em reformular o objetivo). Você pode citar duas opções fora do comum.

Fazer o cliente enumerar o máximo de opções possíveis. As duas opções fora do comum permitem um “escape” ao cliente, ou seja, possibilitam que ele não se restrinja na elaboração de seu plano de ação.

Aqui, como na entrevista de resolução de problema, o consultor, quando julgar pertinente, poderá fazer uma sugestão depois de ter tomado nota da lista estabelecida pelo cliente.

Atenção: em consultoria, o consultor sempre pede autorização antes de fazer uma observação ou uma proposta: “Se você me permite...”; “Se você me autorizar...”, etc.

**Ação: Por meio dessas opções, qual a que lhe parece a mais simples de pôr em prática a partir de hoje e com a qual você pode se comprometer? Quando você vai realizá-la?**

Todo o acompanhamento consiste em construir um plano de ação para o cliente em torno da opção escolhida.

Considere enumerar a lista de opções ou soluções para que ele possa escolher.

Você pode completar as entrevistas com as seguintes questões:

- Como você saberá que está indo na direção certa?
- Essa opção vai concretamente lhe permitir avançar em direção ao seu objetivo?
- Essa solução vai lhe permitir começar a resolver seu problema?
- Que dificuldades você poderá encontrar?
- Etc.

## **TRABALHAR EM UM OBJETIVO**

Todo trabalho de consultoria deve estar focalizado em um objetivo!

Ele deve ser EMARTEP

Específico / Mensurável / Alcançável / Realizável / Tempo Hável  
Ecológico / Pessoal / Positivo

## **E: ESPECÍFICO**

Específico e claramente definido.

É imperativo para você, como consultor, compreender bem o objetivo enunciado pelo cliente. Você deve obter as indicações claras, a serem reelaboradas se necessário.

O cliente deve ser capaz de explicar seu objetivo a partir do momento em que este se tornar claro para ele.

Ex.: “Eu gostaria de perder peso.”

O objetivo é muito vago, faltam detalhes precisos.

## **M: MENSURÁVEL**

O objetivo deve ser quantificável, mensurável. A evolução em relação ao objetivo também deverá ser definida.

Ex.: “Eu gostaria de perder 5 quilos.”

## **A: ALCANÇÁVEL**

O objetivo escolhido deve estar no campo das competências e das capacidades do cliente; capacidades e competências eventualmente são adquiridas mediante aprendizagem.

Por meio do questionamento, o consultor deve verificar se o objetivo enunciado não é desmesurado. Como o cliente vê o alcance de seu objetivo? Faça seu cliente “vender” seu objetivo.

Atenção para não esquecer que você é o limite de seu cliente; se você não acredita, ele não alcançará o objetivo.

## **R: REALIZÁVEL OU RAZOÁVEL & T: TEMPO HÁBIL**

O objetivo deve ser realizável e acessível de forma geral. Será preciso que você verifique se o trabalho a ser efetuado pode ser realizado na esfera do concreto e do razoável. Por exemplo, a conjuntura atual permite tal objetivo?

O tempo é um dos elementos que vão permitir dar ritmo à evolução ao longo das sessões para realizar o objetivo. Permite mensurar a motivação e gera sinergia, o início de um processo.

A noção de tempo vai juntar-se à noção de realizável: convém estar atento para que o cliente não exerça uma pressão muito forte sobre si mesmo. Contudo, não se deve perder de vista que o objetivo enunciado é o do cliente,

e não o do consultor. Se este último tiver a sensação de que a tarefa é muito pesada, ele pode compartilhar isso com o cliente e fazê-lo retornar à sua responsabilidade.

Por exemplo: “Eu gostaria de perder 5 Kg antes das férias.”

### **E: ECOLÓGICO**

*A pessoa é mais importante do que o seu objetivo.*

Ocorre o mesmo com quem rodeia a pessoa.

O objetivo deve respeitar o equilíbrio interno e externo da pessoa.

O consultor deve assegurar que tudo vai dar certo para o cliente ao colocar em prática o objetivo enunciado. Para tanto, ele vai percorrer os domínios de sua vida: casal, família, etc.

O alvo é verificar se o objetivo fixado está bem adequado ao sistema de valores do cliente.

### **P: PESSOAL E POSITIVO**

O objetivo escolhido deve obrigatoriamente “pertencer” ao cliente. Não se trata de dar consultoria a alguém com um objetivo imposto por uma terceira pessoa (pela hierarquia em consultoria empresarial ou pela articulação, por exemplo, com Coaching de Vida). É preciso, então, estar atento à noção de querer agradar a um terceiro.

Se a motivação não é pessoal, o acompanhamento, que deve apoiar-se na motivação do cliente, torna-se então impossível.

A noção de positivo reflete um objetivo centrado em um ideal:

Assim, não se considerará: “Eu não quero mais ser...”, “Eu não quero mais fazer...”, mas “Eu quero...”.

Todas as noções que compõem o “EMARTEP” são ligadas entre si, e a entrevista possibilita o intercâmbio entre uma e outra. Convém ao consultor fazer com que a situação ideal seja bem descrita (por meio da entrevista de motivação), não fazer projeções e pensar no lugar do cliente, questionar, reformular, até que tudo esteja claro tanto para ele quanto para você.

## **AS ARMADILHAS DO OBJETIVO**

Depois de percorrer o EMARTEP, é importante identificar as armadilhas ligadas ao objetivo proposto pelo cliente:

Um objetivo muito difícil oferece o risco de causar desmotivação no cliente.

Um objetivo muito fácil, que não dá oportunidade de sonhar: o objetivo deve fazer o cliente vibrar e centrar-se em um ideal.

A renúncia a certas coisas: Quais serão as consequências ligadas ao objetivo? Qual é o preço a pagar para atingi-lo? O cliente está consciente? Está de acordo com ele?

A aprendizagem: É necessário ligar o objetivo à noção de aprendizagem para que o cliente avance. O que você tem necessidade de aprender?

As estratégias de sabotagem: Qual é o elo frágil que pode sabotar seu objetivo?

Você já vivenciou situações de fracassos repetitivos (crenças, medos, etc.)? Em quais você falhou? Você já tentou atingir esse objetivo sem alcançá-lo? Por que você fracassou?

Tomar consciência de uma estratégia de sabotagem às vezes é desagradável e pode fazer aflorar emoções... que serão acolhidas, evidentemente!