

Preguntas poderosas

Cualquier pregunta remite al cliente a algún lugar en busca de una respuesta. Ahí reside el poder del cometido del *coach* de formular preguntas: tu trabajo es remitir al cliente a un lugar donde descubra cosas en las que nunca había pensado, o que nunca había sentido anteriormente. Si lo único que ocurre es que el cliente te cuenta cosas que ya sabía o te explica el contexto, eso es un síntoma de que el *coaching* se ha estancado. El *coaching* co-activo® consiste en suscitar acción y aprendizaje en el cliente, no en el *coach*. Y para trabajar con los clientes probablemente necesites mucha menos información, historia y contexto de lo que crees.

Las preguntas poderosas son provocativas y abiertas. Mandan al cliente a visitar un nuevo territorio. Suscitan inherentemente curiosidad, y lo hacen en nombre del cliente. Pon atención para observar si en algún momento haces preguntas llenas de curiosidad para satisfacer tu propia necesidad de saber o de comprender. No es necesario que entiendas la situación lo suficiente como para resolver el problema. Ese trabajo le corresponde al cliente. Tu trabajo consiste en ser auténtico o auténtica y mostrar curiosidad genuina, como la de un niño.

Observa si en alguna ocasión estás corroborando los presupuestos ocultos de tu cliente. ¿Realmente es así? Sé curiosa o curioso. Cuestiónalo todo. No des nada por hecho.

Las preguntas cerradas paralizan la búsqueda. Llevan a una conclusión. A veces pueden hacerse si se trata de pedir permiso o de aclarar algo, lo cual es perfecto. “¿Estás listo para seguir adelante?” es una pregunta aclaratoria. Es una de esas preguntas que tendrán por respuesta un sí o un no y que en determinadas ocasiones serán apropiadas, incluso necesarias. Pero ten cuidado si estás adquiriendo el hábito de hacer preguntas cerradas con demasiada frecuencia. Puede ser una señal de que todavía necesitas permiso, ya sea del cliente o de ti mismo, para ser más directo. Asume que el contrato –la alianza diseñada entre el cliente y tú– te da ese permiso. Es para eso para lo que el cliente está pagando. Por ejemplo, si preguntas: “¿Manteniendo esta relación estás siendo coherente con tus valores?”, algunos clientes entenderán tu intención y enseguida se lanzarán a una descripción de los aspectos de esa relación en los que están siendo o no coherentes con sus valores. Pero esa pregunta incita al análisis; puede suscitar en el cliente la necesidad de explicar, racionalizar y defender. Es como si la hubiese hecho un fiscal más que su *coach*.

La pregunta poderosa en este caso podría ser: “¿En qué aspectos es esta relación coherente con tus cinco valores clave?” ¿Qué valores tuyos no estás honrando en ella? Este enfoque es más directo y es intrínsecamente más poderoso. Por algunas de estas mismas razones, otra pregunta que hay que utilizar con cautela es: “¿Por qué?”. Las preguntas de este tipo también tienden a suscitar en el cliente explicaciones y exposición de razones. Es probable que sus Saboteadores le hayan preparado para contestar a la defensiva a los porqués.