

Haz *coaching* al cliente, no al problema del cliente

El principal error que más frecuentemente vemos que se repite entre los *coaches* es que se olvidan de que le están haciendo *coaching* a un cliente; en cambio se piensan que están resolviendo un problema. Han perdido la perspectiva del aspecto más relevante del *coaching*: esa “cosa” es la persona, una persona que está viva y que respira, que tienen sentada en frente o que les habla al otro lado de la línea de teléfono. Pero estos *coaches* se enredan tratando de imaginar, de entender, de diseñar maniobras y estrategias. En resumen, simplemente, se enredan pensando demasiado. El resultado de ello es un *coaching* que se centra demasiado en resolver el problema, en lograr que el problema desaparezca. El mejor *coaching* se produce cuando el *coach* se centra en hacerle *coaching* a la persona, y no al problema. Esto significa confiar en tu intuición y en tu escucha de nivel 3. Cuentas con la ventaja de que eres capaz de ver para tus clientes la imagen general cuando ellos están totalmente enfrascados en algo. Si pasas demasiado tiempo dándole vueltas al problema con ellos, dejarás pasar la oportunidad de ver cómo dicho problema –o cualquier tema– es una ocasión para el aprendizaje y el crecimiento.

Lo que más les sorprende a muchos *coaches* principiantes es que esto funciona de verdad. Presta menos atención a los detalles de la historia; no dejes que los clientes caigan en un relato y análisis interminables, que te cuenten cosas que ya saben o en las que ya han pensado. Por el contrario, conecta en el nivel 3 con quién está siendo tu cliente en este momento y haz *coaching* a esa persona.