

Seis maneras de clarificar valores

Capitán

Pide a tu cliente que identifique los valores que surgieron en la visualización del Capitán.

“Cuando hablabas del viaje interior, he observado que la naturaleza y el mar desempeñan un papel importante: ¿qué valor tuyo expresa esto?”, o “preguntémosle a Montaña cuáles son sus valores más importantes.”

Experiencia memorable o momento cumbre

Pide a tu cliente que describa una experiencia memorable o momento cumbre y escucha los valores que salen a la luz en la historia (para más explicación, ver Fundamentals (Fundamentos), Recursos/Herramientas).

Valores reprimidos

Las cosas que nos hacen enfadar, nos frustran o nos ponen tristes son a menudo opuestas a nuestros valores más importantes. En otras palabras, hay un valor que está siendo reprimido. La clave está en hacerle ver al cliente que la mayoría de los enfados le dan la clave de qué valores que están siendo reprimidos.

Pongamos por ejemplo que verse atrapado en un atasco de tráfico frustra mucho a tu cliente. Se pone nervioso e irritado. Cuando le preguntas qué es lo que le hace enfadar, el cliente contesta: “No controlo la situación, me siento atrapado”. Entonces el coach dice: “Si lo miramos desde otro ángulo, da la sensación de que la libertad es para ti un valor muy importante, ¿verdad?”

Valores invisibles

Estos valores son invisibles para el cliente. El cliente vive en coherencia ellos de forma natural, así que no se para a pensar en ellos. A causa de esa invisibilidad, puede al cliente le puede resultar difícil sacarlos a la luz. Como *coach*, observa a tus clientes: ¿Van arreglados? ¿Se les aseados? ¿Expresan creatividad a través la manera de vestir? ¿En qué medida están respetando los acuerdos que hicieron contigo? Todas estas cosas son expresiones de los valores de tu cliente.

Cosas que tiene que haber

Pide a tus clientes que identifiquen lo que tiene que haber en sus vidas. Además de alimento, vivienda y una comunidad, ¿qué tiene que haber en la vida del cliente para que se sienta pleno? ¿Aventura? ¿Una pareja? ¿Logros? ¿La naturaleza?

Expresión obsesiva

Todos somos susceptibles de tener comportamientos obsesivos, por ejemplo cuando nos empeñamos en honrar un valor como exigencia constante. Por ejemplo, todo tiene que estar en su sitio hasta el punto de la perfección. Cuando insistimos en algo —las cosas se hacen a mi manera o no se hacen— parece evidente que existe un valor que estamos expresando de manera radical. Pide a tus clientes que busquen situaciones en las que han estado llevando un valor radicalmente. Otra vía para investigar es preguntarles acerca de los comentarios que reciben de sus amistades y familiares. Por ejemplo, tu cliente a menudo oye: “Eres tan controlador. Acaparas toda la atención”. Ese tipo de comentarios pueden indicar un valor vinculado al liderazgo o al reconocimiento.