

Un comentario sobre las habilidades, y una advertencia

En el glosario del *coaching* co-activo encontrarás algunas habilidades que son útiles para el *coaching* de Proceso. Algunas de estas habilidades están especialmente indicadas para ayudar a los clientes a profundizar en su experiencia y a estar con ella. La advertencia es la siguiente: tu atención ha de estar centrada en el cliente y no en la habilidad en sí. Esto también se aplica a los clientes. Si tú o tu cliente os enfocáis en la técnica, entonces “estáis con” esa técnica de *coaching* y no con la experiencia del cliente. En general, presta atención a si el cliente se sale de la experiencia para ponerse a hablar de ella.

Algunas de las habilidades que pueden utilizarse en el coaching de Proceso son:

- *Resonancia/Disonancia*: El coaching de Proceso consiste en que tu cliente esté presente y experimente su vida en el momento presente. Percibir la resonancia y la disonancia te ayudará a discernir si tu cliente está DENTRO de su experiencia (resonancia) o si simplemente está hablando de ella (disonancia).
- *Preguntas poderosas (naturalmente)*: son especialmente útiles las que se centran en este momento: ¿Dónde te encuentras ahora mismo? ¿Cómo es estar ahí? ¿Qué emoción sientes? También son de utilidad aquellas que hacen que el cliente explore la experiencia: ¿Dónde sientes esa emoción en tu cuerpo? ¿De qué color es? ¿Qué tamaño tiene? Habla sobre el nudo. ¿Cómo está cambiando? ¿Qué sonidos hace?
- *Distinguir*: Algunas veces, mientras el cliente está en su experiencia, el *coach* puede darse cuenta de que éste tiene dos o más creencias o ideas confundidas en una sola que lo desempodera. Distinguir las le permite al cliente trabajar con ellas por separado y acceder a un mayor número de recursos. Por ejemplo: imagina que tu cliente no ha conseguido alcanzar un determinado objetivo de ventas, de resultados de lo cual cree que es un fracaso como persona por no haber alcanzado dicho objetivo. Tu trabajo como *coach* consiste en ayudar a tu cliente a que distinga el fracaso en la consecución del objetivo del cliente como persona de éxito.
- *Ser testigo*: eres un acompañante poderoso de tu cliente en su viaje. Eres su aliado y su hinchazo. Ves quién está siendo y lo que está haciendo el cliente en su viaje, a menudo difícil. El simple hecho de estar con los clientes y decirles qué ves que están haciendo y quiénes ves que están siendo es una manera muy poderosa de anclar la experiencia que están teniendo.
- *Reconocimiento*: los clientes sienten que realmente les ves en su esencia cuando les haces un reconocimiento. Cuando están en medio de la lucha, hacerles el reconocimiento de quiénes están siendo en el proceso es un enorme incentivo para su motivación.
- *Respaldo*: ésta es una habilidad que probablemente utilizarás de manera natural cuando estés haciendo *coaching* al proceso de un cliente. Cuando respaldas a tus clientes refuerzas tu confianza en ellos. Ellos sabrán que realmente consideras que son personas creativas, plenas y que están llenas de recursos, aun cuando en ese momento estén en medio de una gran confusión.

Escucha de nivel 3

- La escucha de nivel 3 resulta particularmente útil en el *coaching* de Proceso. La escucha de nivel 3 le permite al *coach* escuchar la emoción que subyace tras las palabras del cliente o la disonancia palpable en la distancia entre lo que expresan las palabras del cliente y lo que manifiestan su tono de voz, su expresión o su energía. En la escucha de nivel 3 es donde el

coach capta este tipo de pistas y las articula para que tanto el coach como el cliente puedan trabajar con ello a través del *coaching*.

- *Metavisión*: cuando los clientes están en medio del caos de su vida o luchando por encontrar un punto de apoyo en su ascensión, compartir con ellos una perspectiva más amplia les recuerda su propósito más allá de la experiencia.
- *Metáfora*: cuando el cliente está en medio de su proceso tal vez le resulte difícil encontrar un lenguaje preciso, pues gran parte de la experiencia es emocional, es decir que ocurre por debajo de la superficie. Las metáforas le proporcionan al cliente un medio de hablar de su experiencia a través de imágenes.
- *Desahogarse*: algunas veces la emoción contenida tiene tanta sobrecarga que los clientes no son capaces de explorarla hasta que tienen la oportunidad de quemar el exceso de energía. Desahogarse les da un determinado espacio de tiempo sencillamente para ventilar, despejarse, sin juicios, sin retenerse de nada y sin que ello tenga repercusión alguna. Nada ha de tener sentido ni justificación, se trata simplemente de quemar ese exceso de energía.