

## Nueve maneras de trabajar con el cliente y NO con el Saboteador

1. Simplemente, identifica o nombra al Saboteador.

“Estoy oyendo a un Saboteador que dice que no puedes pedir lo que quieres porque echarás a perder tu carrera ¿Es Pepito el que habla?”

...y asegúrate de que tus clientes se distinguen de sus Saboteadores.

“Ahora que hemos escuchado la opinión de tu Saboteador, ¿qué piensas tú?”

2. Ignora al Saboteador. No interactúes con él.

Por ejemplo, le pides al cliente que haga ejercicio cinco veces esta semana. El cliente contesta poniendo excusas. Dile lo siguiente: “Te estoy oyendo, y también sé que quieres sentirte lleno de energía y perder 10 kilos, así que, ¿harás ejercicio cinco veces esta semana?”.

3. Ponle al Saboteador una tarea o mándalo ir a alguna parte.

“Oigo que tu Saboteador te está toreando en este momento. ¿Qué te parece si le pides que se vaya a dar un paseo? ¿Adónde te gustaría mandarlo?”

“Tengo una idea: ¿qué tal si le encargamos al Saboteador una tarea? ¿qué te gustaría pedirle que hiciera?”

...y dale instrucciones claras al Saboteador:

“¿Qué tal si mandamos a tu Saboteador a Hawái para el resto de la sesión?. Parece que ha estado trabajando duro toda la semana, se merece unas vacaciones.”

“Tengo un trabajo para tu Saboteador...envíale a comprar libros que puedan ayudar con esta situación mientras tú y yo seguimos hablando.”

4. Como *coach*, háblale al Saboteador y gestiónalo en nombre del cliente.

“María, voy a hablar con tu Saboteador un momento. Josefina, debo decirte que María está actuando por su mayor interés. Se encamina hacia su sueño. Dedicar dos horas por semana a escribir no le va a costar su relación ni con su hija ni su marido. Vamos a estudiar cómo puede pasar tiempo con ellos, así que ahora te ruego QUE TE VAYAS.”

5. Pide al cliente que le diga al Saboteador que se vaya.

“José, hemos escuchado bastante a tu Saboteador sobre este asunto por hoy. ¿Qué quieres decirle para que se marche y nos deje hablar?”

6. Haz que tu cliente personifique al Saboteador. Ponedle un nombre y dadle una vida propia.

“Diana, ¿quién es este Saboteador que está hablando hoy y que dice que fracasarás si pruebas a explorar un nuevo camino? Pongámosle un nombre. Y ahora háblame de Frida ¿Cómo es? ¿En qué se diferencia de tu Capitán?”

7. Háblale al cliente de sus valores. Pregúntale cuáles está respetando y cultivando y cuáles no. Esto suele hacer que el Saboteador desaparezca.

8. Cuando oigas quejas o preocupaciones del Saboteador, pídele al cliente que te cuente su propia visión.

“¿Qué quieres?” o “Imagina esta situación dentro de un año: ¿cómo quieres que sea?”

9. Introduce al Capitán del cliente en la conversación.