LEMBARAN NOTA IAC Coaching Masteries™

Coach: _____ Pelanggan:_____ Tarikh:_____ Anggaran Markah Keseluruhan:_____

Markah:	**#1 Mewujudkan dan memelihara perhubungan yang berteraskan kepercayaan.**		
Definisi: Memastikan ruang yang selamat dan perhubungan yang menyokong pembangunan, pencarian dan transformasi diri.	Kesan: 1. Pelanggan lebih terbuka untuk berkongsi dan menerima maklumat. 2. Pelanggan menganggap "Coach" sebagai pembela peribadi. 3. Pelanggan melihat perubahan dan pembangunan diri sebagai sesuatu yang boleh dikawal. 4. Pelanggan mempunyai jangkaan yang realistik tentang keputusan dan tanggungjawab daripada sesi bimbingan.	Elemen Utama: 1. Saling menghormati dan menerima satu sama lain. 2. Keyakinan dan jaminan. 3. Pelanggan berasa selamat untuk berkongsi kebimbangan tanpa pendapat dan diskriminasi daripada "Coach".	Perbezaan: ○ Kerjasama VS Bertolak Ansur ○ Penerimaan dan Sokongan VS Toleransi ○ Keyakinan VS Keangkuhan

© 2007 International Association of Coaching ®

© 2007 International Association of Coaching ®

Perlakuan Efektif:

Coach:

1. Menggunakan pendengaran aktif.
2. Mengakui batasan/sempadan sendiri.
3. Peka terhadap indikasi tentang kebimbangan dan kesangsian.
4. Memastikan pelanggan tahu yang kebimbangan, ketakutan atau kesangsian tentang perubahan adalah sesuatu yang boleh dikawal.
5. Menggunakan teknik soalan untuk menyingkap harapan dan impian pelanggan yang tersembunyi.
6. Bertanyakan analisis dan soalan yang mencabar supaya pelanggan memberi respon secara terbuka.
7. Menerima cadangan untuk soalan yang lebih baik dan arah tuju yang baru untuk sesi bimbingan.
8. Menunjukkan integriti didalam percakapan dan perlakuan.
9. Memerhatikan dimana tiada kepercayaan atau kepercayaan yang disekat di dalam pelanggan dan melakukan perbincangan secara terbuka.

Perlakuan Tidak Efektif:

Coach:

1. Bertanyakan soalan yang tidak efektif seperti soalan yang membataskan pelanggan dengan hanya beberapa pilihan.
2. Tidak menerima cadangan daripada pelanggan.
3. Membataskan pelanggan atau tidak menggalakkan pelanggan untuk meneroka pilihan yang lebih baik.
4. Cuba untuk kelihatan “baik” atau disukai oleh pelanggan.
5. Menyarankan pendapat.
6. Menyatakan pendapat atau diskriminasi.

Tindakan:

1. Pelanggan dengan rela akan berkongsi kebimbangan dan ketakutan mereka.
2. Pelanggan and memberi respon yang positif kepada soalan dan pemerhatian yang mencabar.
3. Pelanggan akan berkongsi harapan dan impian yang mencabar, sesuai dengan kandungan sesi bimbingan.
4. ‘Coach’ akan menyedari batasan dan limitasi mereka dimana yang wajar.
5. Pelanggan bebas untuk meluahkan perasaan.
6. Pelanggan menerima ‘Coach’.

© 2007 International Association of Coaching ®

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#2 Menganggar, mengukuhkan dan meningkatkan potensi pelanggan.**

© 2007 International Association of Coaching ®

Definisi:	Kesan:	Elemen Utama:	Perbezaan:
Mengenalpasti serta membantu pelanggan mengiktiraf dan menghargai kelebihan dan potensi mereka.	1. Pelanggan akan lebih menghargai kobolehan dan potensi peribadi. 2. Pelanggan akan lebih rela untuk mengambil tindakan yang menjangkaui paradigma dan strategi semasa.	1. Cuba untuk meletakkan diri didalam posisi mereka apabila bersama pelanggan. 2. Mengiktiraf kepelbagaian kemungkinan yang lebih luas. 3. Menggalakkan dan memperkasakan klien. 4. Mencabar limitasi kepercayaan. 5. Mengenalpasti kekuatan pelanggan dan kesedaran tentang dimana kekuatan itu akan menyokong gol organisasi dan peribadi pelanggan (dimana wajar.)	• Kepercayaan VS Penilaian • Membolehkan VS Menolak • Mengembang VS Menarik

© 2007 International Association of Coaching ®

Perlakuan Efektif:	Perlakuan Tidak Efektif:	Tindakan:
Coach: 1. Menawarkan galakan yang ikhlas. 2. Menyatakan atau menunjukkan kepercayaan didalam kebolehan pelanggan. 3. Menunjukkan komitmen terhadap kejayaan pelanggan. 4. Memberi maklum balas positif yang spesifik kepada perlakuan dan prestasi pelanggan. 5. Mengingatkan pelanggan tentang kebolehan, kekuatan, bakat, pengetahuan dan pengalaman mereka. 6. Memberi inspirasi kepada pelanggan untuk membangkitkan potensi terbaik mereka. 7. Menyelinap kedalam keinginan pelanggan untuk meninggalkan legasi yang berpanjangan, dimana wajar. 8. Menghubungkan potensi pelanggan dengan sumber dan peluang peluang yang ada di dalam organisasi pelanggan.	Coach: 1. Menggunakan galakan yang dibesarbesarkan (over the top) atau sikap semangat yang tidak ikhlas. 2. Menerima daripada bersikap ingin tahu tentang andaian, batasan dan halangan yang dilihat oleh pelanggan. 3. Memberi cabaran melebihi dari apa yang boleh diuruskan oleh pelanggan supaya pelanggan merasa tidak yakin. 4. Mengetengahkan agenda 'Coach' sendiri di sebalik "sokongan". 5. Memanipulasi pelanggan. 6. Membuat pelanggan berasa salah. 7. Mewujudkan atau menggalakkan kebergantungan pelanggan. 8. Memandu pelanggan kearah tindakan yang salah dari segi budaya. 9. Tidak menunjukkan kepercayaan terhadap pelanggan.	1. Pelanggan tidak akan teragak-agak tetapi lebih teruja untuk bergerak ke hadapan, bercakap tentang dan merancang tindakan mereka. 2. 'Coach' menggalakkan lebih banyak tindakan daripada pelanggan yang menjangkaui zon selesa mereka, dimana wajar. 3. Pelanggan diperkasakan dan menerima tanggungjawab. 4. Pelanggan merasa lebih bermotivasi untuk bertindak dan didalam menyempurnakan tugasan yang diberi. 5. 'Coach' membangkitkan potensi terbaik pelanggan. 6. Pelanggan mengenalpasti potensi dan kelebihan sendiri. 7. Pelanggan merasa difahami dan divalidasi. 8. Pelanggan menjadi peka terhadap perlakuan, pemikiran dan kepercayaan yang membataskan potensi mereka.

© 2007 International Association of Coaching ®

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#3. Mendengar secara mendalam**

© 2007 International Association of Coaching ®

Definisi:	Kesan:	Elemen Utama:	Perbezaan:
Memberikan sepenuh perhatian terhadap perkataan, nuansa, dan makna yang tersirat di dalam komunikasi pelanggan; 'Coach'akan lebih mengetahui secara mendalam mengenai pelanggan, kebimbangannya dan punca isu dengan mendengar lebih daripada apa yang diperkatakan	1. Pelanggan merasa difahami dan diyakini – bukan dinilai. 2. Pelanggan berkomunikasi dengan lebih mudah dan efektif.	1. 'Coach' memberi tumpuan terhadap apa yang disampaikan oleh pelanggan, secara lisan ataupun tidak. 2. 'Coach' mendengar menjangkaui apa yang dinyatakan oleh pelanggan. 3. 'Coach' peka terhadap percanggahan diantara apa yang dinyatakan oleh pelanggan(lisan) dan perlakuan dan emosi pelanggan.	○ Mendengar untuk VS Mendengar kepada ○ Peka VS Menghalang ○ Memperlihatkan VS Memimpin

© 2007 International Association of Coaching ®

Perlakuan Efektif:	Perlakuan Tidak Efektif:	Tindakan:
Coach: 1. Berdiam diri atau mengunakan isyarat yang nominal untuk memberi pelanggan peluang untuk merefleksi dan atau merespon. 2. Menyedari nuansa didalam komunikasi pelanggan. 3. Mengesahkan komunikasi pelanggan, memberi peluang kepada pelanggan untuk mengkaji apa yang diucapkan oleh mereka. 4. Mengenalpasti percanggahan diantara apa yang diucapkan oleh pelanggan secara lisan dan perlakuan atau emosi mereka. 5. Membezakan kaedah bimbingan yang sesuai berdasarkan keperluan dan keraguan pelanggan.	Coach: 1. Menganggu secara tidak sesuai atau memberi ransangan berlebihan kepada pelanggan. 2. Tidak membenarkan keadaan senyap yang produktif (seperti terus bercakap sejurus pelanggan berhenti bercakap) 3. Terlepas pandang isi pelanggan yang lebih mendalam di dalam komunikasi pelanggan. 4. Mengetepikan sesuatu yang penting. 5. Menggunakan pendekatan yang lebih generic dan formulik daripada menyesuaikan kaedah bimbingan dengan keperluan pelanggan. 6. Memberi tumpuan didalam mengetengahkan pandangan vs Mendengar komunikasi pelanggan di peringkat yang berganda.	1. Tona pelanggan dan aliran idea menjadi lebih terbuka dan mudah. 2. Pelanggan mempunyai masa yang mencukupi untuk memproses pandangan dan penemuan baru. 3. ‘Coach’ mengesahkan komunikasi tanpa ucapan pelanggan sebagai wajar. 4. Pelanggan mengesahkan pemerhatian komunikasi tanpa ucapan ‘Coach’. 5. ‘Coach’ menggunakan kaedah senyap pada masa yang tepat dan mengikut durasi masa yang efektif. 6. ‘Coach’ tidak memimpin pelanggan ke satu-satu arah yang spesifik.

© 2007 International Association of Coaching ®

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#4 Meneliti perkara berdasarkan situasi semasa.**

© 2007 International Association of Coaching ®

Definisi:	Kesan:	Elemen Utama:	Perbezaan:
Memfokuskan sepenuh perhatian terhadap pelanggan, memproses pengetahuan yang terdapat pada tahap minda, badan, jiwa dan/atau roh sekiranya perlu. 'Coach' meningkatkan kesedaran pelanggan tentang bagaimana untuk mengendalikan pemikiran dan isu pada tahap yang berbeza, sekiranya perlu. 'Coach' menggunapakai apa yang berlaku semasa sesi (tingkahlaku, corak tajuk perbualan dan emosi pelanggan serta perhubungan di antara 'coach' dan pelanggan, dan sebagainya) untuk membantu pelanggan mencapai kesedaran diri serta mengambil tindakan yang positif dan berpatutan	1. Pelanggan bebas untuk meluahkan dan melibatkan diri dengan realiti masa kini. 2. Pelanggan tidak dihalang oleh keraguan masa silam atau masa depan. 3. Pelanggan mendapat manfaat daripada sesi bimbingan dan sokongan daripada semua tahap. 4. 'Coach' menjadi lali dengan komunikasi kiasan/komunikasi halus daripada pelanggan.	1. 'Coach' peka dengan dinamik yang terjadi sewaktu sesi bimbingan berlangsung, di dalam pelanggan, diantara pelanggan dan 'Coach', dan memahami bagaimana dinamik itu boleh memberi kesan terhadap pelanggan dan juga sesi bimbingan. 2. 'Coach' mempunyai kesedaran yang holistik dan pelbagai terhadap komunikasi pelanggan dari semua tahap. 3. 'Coach' dapat membezakan bahawa pelanggan berkomunikasi dari masa silam, kini, ataupun masa depan. 4. 'Coach' memberikan pelanggan peluang untuk memproses dan menjelaskan soalan dan komen daripada 'Coach'. 5. 'Coach' memberikan peluang kepada pelanggan untuk memproses pandangan dan respon mereka.	○ Respon dari kesedaran vs Reaksi lazim ○ Sini dan Sekarang vs Masa Silam dan Masa Depan ○ Lali vs Peka

© 2007 International Association of Coaching ®

Perlakuan Efektif:	Perlakuan Tidak Efektif:	Tindakan:
Coach: 1. Menggunakan apa yang berlaku sewaktu sesi bimbingan, atau di antara coach dan pelanggan sebagai peluang untuk penemuan baru dan pembelajaran. 2. Berkongsi apa yang dilihat, dirasa atau disedari oleh 'Coach' apabila ia boleh membantu pelanggan. 3. Bersikap terbuka terhadap perspektif pelanggan. 4. Mengekalkan hubungan sewaktu mengenal pasti tema dan corak. 5. Bertanyakan soalan dan menawarkan pemerhatian di tahap yang berbeza, sekiranya perlu. 6. Meberi detik-detik sunyi untuk manfaat kedua-dua pihak untuk mengenal pasti cara mengetahui yang lebih halus. 7. Bertanya kepada pelanggan tentang pandangan, perasaan dan intuisi. 8. Bertanya kepada pelanggan tentang apa yang dirasakan oleh tubuh badan pelanggan, jika bersesuaian dengan pelanggan. 9. Meluaskan kesedaran pelanggan tentang tahap pengetahuan yang berbeza-beza. 10. Berkongsi intuisi dan teori secara ringkas. 11. Menawarkan pelanggan cara-cara yang munasabah untuk meneroka "inner knowing" and bagaimana untuk menggunakan tubuh badan sebagai sumber kebijaksanaan dan medium untuk membuat keputusan. 12. Mengganggu untuk mengembalikan focus pelanggan apabila perlu (contoh: pelanggan asyik memceritakan sesuatu yang tidak relevan)	Coach: 1. Tidak melibatkan diri bersama pelanggan sewaktu pelanggan memerlukan bimbingan. 2. Berkongsi sesuatu yang tidak relevan atau tidak produktif. 3. Mengetengahkan pandangan atau agenda 'Coach' itu sendiri. 4. Tidak mengenalpasti atau mengetengahkan perlakuan tidak produktif apabila mereka berlaku didalam sesi bimbingan. 5. Tidak peka bagaimana perlakuan 'Coach' itu sendiri memberi kesan terhadap sesi bimbingan atau pelanggan.	1. 'Coach' mendemonstrasi kesedaran terhadap ekspresi pelanggan di tahap yang pelbagai, sekiranya perlu. 2. 'Coach' kekal ringkas dan menikmati sesi bimbingan tersebut. 3. 'Coach' dan pelanggan membenarkan detik-detik senyap yang bernilai sewaktu perbualan bimbingan. 4. 'Coach' berhati-hati terhadap agenda dan keperluan pelanggan. 5. 'Coach' membantu pelanggan untuk menentukan dan meluahkan pandangan masing-masing di tahap minda, badan, dan jiwa yang berbeza, jika perlu. 6. 'Coach' berkongsi pandangan mereka tanpa mencuba untuk memujuk pelanggan untuk menerima pakai pandangan tersebut. 7. 'Coach' menunjukkan kepada pelanggan nilai mengembangkan tahap kesedaran mereka, mengikut kesesuaian. 8. 'Coach' membantu pelanggan melibatkan diri dengan realiti masa kini, apa yang sedang berlaku sekarang. 9. 'Coach' secara efektif menggunakan hubungan bimbingan, dan sesi itu sendiri sebagai alat bantu bimbingan.

© 2007 International Association of Coaching ®

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#5 Penyataan.**

© 2007 International Association of Coaching ®

Definisi:	Kesan:	Elemen Utama:	Perbezaan:
Penumpuan dan kesedaran terhadap bagaimana 'Coach' berkomunikasi mengenai komitmen, halatuju, keinginan dan ide – serta keberkesanan komunikasi tersebut.	1. Interaksi sesi bimbingan dipertingkatkan dengan pelanggan berada dalam keadaan yang selesa dan mepercayai. 2. Pelanggan terbuka untuk memahami atau menyoal apa-apa komunikasi daripada 'Coach'.	1. Hormat 2. Perhatian 3. Mesra Pelanggan 4. Kejelasan 5. Kesesuaian	○ Komunikasi "untuk" pelanggan vs "kepada" pelanggan ○ Membenarkan "bagaimana" tentang komunikasi vs "apa" tentang komunikasi ○ Bagaimana 'Coach' menyampaikan sokongan dan galakan vs Menggunakan perkataan sahaja untuk ungkapan.

© 2007 International Association of Coaching ®

Perlakuan Efektif:	Perlakuan Tidak Efektif:	Tindakan:
Coach: 1. Mengekalkan fokus and perhatian terhadap pelanggan. 2. Membina dan mengekalkan hubungan melalui kemunikasi yang bersesuaian. 3. Menggunakan skill lisan dan bukan lisan secara efektif. 4. Bercakap secara berhati-hati, jelas, ringkas dan padat sebagai manfaat kepada pelanggan. 5. Bercakap secara jelas, tetapi sensitif kepada mood pelanggan dan akibatnya. 6. Menggalakkan input dari pelanggan, pendedahan diri dan peluahan perasaan. 7. Menggunakan kadar dan tenaga secara efektif. 8. Menunjukkan batasan bersesuaian didalam komunikasi lisan dan bertulis.	Coach: 1. Egois (terlalu mencuba, focus terhadap diri daripada pelanggan, tidak hadir dan terlibat secara penuh, menganggu secara tidak sesuai) 2. Menggunakan kadar ekpresi yang tidak konsisten dengan tenaga sesi bimbingan tersebut (contoh; melengahkan atau mempercepatkan) 3. Tidak berjaya dalam membuat tujuan (contoh; terlampau berkata-kata, pelanggan tidak memahami kosa-kata, rujukan atau metaforaphor; isi yang tidak penting) 4. Berkomunikasi dengan cara yang tidak asli atau bercanggah dengan kata-kata atau tona pelanggan. 5. Mempunyai adab lisan yang tidak sepatutnya (adab atau kata-kata yang menganggu atau bercanggah dengan ekpresi atau proses pandangan pelanggan) 6. Menggunakan ekpresi ketawa dan humor yang tidak sepatutnya atau tidak efektif.	1. Pertukaran diantara ‘Coach’ dan pelanggan adalah sangat lancar dan berkembang dengan pesat. 2. Komunikasi ‘Coach’ menjadi batu loncatan untuk pelanggan kepada keputusan yang lebih positif dan perbincangan yang lebih terbuka.

© 2007 International Association of Coaching ®

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#6 Memperjelaskan**

© 2007 International Association of Coaching ®

Definisi:	Kesan:	Elemen Utama:	Perbezaan:
Mengurang atau menghilangkan keraguan atau ketidakpastian; meningkatkan pemahaman dan keyakinan pelanggan	1. Pelanggan dan 'Coach' maju ke hadapan dengan jalan/cara yang lebih teratur. 2. Meningkatkan kemungkinan. 3. Mengurangkan keraguan. 4. Menyingkap yang tidak pasti.	1. Mengenal pasti isu-isu yang utama sambil menghormati batasan dan pilihan pelanggan. 2. Tiada penilaian daripada 'Coach', tidak memimpin kepada sesuatu destinasi yang tertentu. 3. Mengenal pasti nilai dan keperluan utama. 4. Membantu kesejajaran tujuan, visi dan misi. 5. Mengenalpasti 'blok' untuk diproses.	Perbezaan - Sumber vs Simptom - Mudah vs Rumit - Membezakan vs Menyelesaikan

© 2007 International Association of Coaching ®

Perlakuan Efektif:	Perlakuan Tidak Efektif:	Tindakan:
Coach: 1. Membuat dan berkongsi perbezaan. 2. Bertanyakan soalan “samada/atau”. 3. Berhubung kepada sesuatu yang pelanggan pernah alami atau tahu. 4. Mengenalpasti corak. 5. Bertanyakan soalan yang terbuka. 6. Membuat penyataan yang meningkatkan pemahaman pelanggan. 7. Mencermin atau parafrasa. 8. Menyatakan apa yang dilihat.	Coach: 1. Terlepas pandang atau mengendahkan sesuatu yang penting. 2. Membuat andaian. 3. Tertarik atau terganggu oleh kekeliruan pelanggan. 4. Menanyakan soalan yang memimpin. 5. Bertanyakan soalan yang bersifat tertutup. 6. Tidak bertanyakan soalan sama sekali. 7. Tidak menyatakan topik yang pelanggan dengan jelas mengelak atau memperkecilkan. 8. Cuba untuk menjelaskan simptom daripada mencari sumber kepada isu tersebut.	O Isu-isu yang paling penting untuk pelanggan harus dikenal pasti dan dinyatakan. O Pelanggan merasa difahami. O Tenaga pelanggan meningkat. O Pandangan pelanggan terhadap situasi tersebut telah berubah, membenarkan; A. Fokus yang bertambah baik. B. Lebih banyak penjelasan dan pengurangan keraguan atau kekeliruan. C. Mendedahkan informasi yang sebelumnya tidak diketahui. D. Kemungkinan yang baru, seperti pandangan, tindakan, dan maksud. O Kesedaran diri pelanggan telah meningkat, atau boleh melihat mereka dari sudut perspektif yang baru.

© 2007 International Association of Coaching ®

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#7 Membantu pelanggan menetapkan dan memiliki tujuan yang jelas.**

© 2007 International Association of Coaching ®

Definisi:	Kesan:	Elemen Utama:	Perbezaan:
Memastikan pelanggan sentiasa fokus dan berusaha mencapai tujuan yang diimpikan	1. Pelanggan merasa lebih berdaya. 2. Pelanggan jelas tentang apa yang mereka mahu capai atau ubah. 3. Pelanggan diilhamkan oleh kemungkinan. 4. Pelanggan secara tidak langsung maju ke hadapan.	1. Bertanya tentang matlamat dan niat pelanggan. 2. Berhati hati tentang apa yang penting. 3. Menjelaskan arah tuju kemajuan. 4. Secara berkala, mengkaji semula dan menyambut kemajuan dan niat.	○ Mengubah vs Perubahan ○ Perkembangan vs Pergerakan

© 2007 International Association of Coaching ®

Perlakuan Efektif:	Perlakuan Tidak Efektif:	Tindakan:
Coach: 1. Menerangkan secara berterusan apa yang dimaksudkan oleh pelanggan. 2. Melihat apa yang mustahak untuk pelanggan. 3. Bertanyakan soalan yang akan menyingkap maksud pelanggan. 4. Membawa pelanggan kembali kepada apa yang mustahak untuk mereka. 5. Menyatakan kembali niat pelanggan melalu cara yang lebih baik. 6. Meyoal niat ataupun andaian pelanggan, sambil menghormati matlamat dan kehendak pelanggan. 7. Menawarkan sumber untuk meningkatkan kebolehan pelanggan untuk menjelaskan maksud mereka (seperti model, buku, alat bantu, soalan) 8. Melihat, bertanya, dan memberi respon kepada perubahan keperluan dan prinsip pelanggan. 9. Menyajarkan maksud bimbingan dengan prinsip pelanggan. 10. Memahami bagaimana kepercayaan dan prinsip pelanggan akan membantu untuk menyokong tujuan mereka.	Coach: 1. Memaksa pelanggan ke arah matlamat yang dinyatakan apabila matlamat itu tidak lagi relevan. 2. Meneruskan sesi apabila matlamat dan tujuan itu tidak jelas. 3. Memerlukan atau mempengaruhi pelanggan untuk mematuhi agenda dan methodologi ‘Coach’ itu sendiri. 4. Mengkritik pelanggan. 5. Mengikut kehendak pelanggan yang bertentangan dengan matlamat yang telah dipersetujui.	1. Pelanggan lebih teruja atau yakin tentang masa hadapan. 2. Pelanggan lebih teruja dan yakin tentang masa kini. 3. Pelanggan bersetuju untuk memikul lebih banyak tanggungjawab. 4. Pelanggan mempunyai kesedaran yang mengetepikan halangan mental. 5. Pelanggan melibatkan diri dan teruja tentang halatuju, komitmen, skill, strategi atau pendekatan yang diperbaharui.

© 2007 International Association of Coaching ®

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#8 Merintis kemungkinan.**		
Definisi: Mewujudkan persekitaran yang menggalakkan idea, pilihan dan peluang	Kesan: 1. 'Coach' membenarkan pengembangan idea dan tindakan. 2. Kesedaran pelanggan berkembang. 3. 'Coach' membantu pelanggan mengatasi halangan. 4. Pelanggan rela untuk keluar daripada zon selesa mereka. 5. Pelanggan mempunyai lebih banyak pilihan.	Elemen Utama: 1. Kepercayaan, keterbukaan, sifat ingintahu, dan pengiktirafan potensi. 2. 'Coach' dan pelanggan berkomunikasi melalui eksplorasi dan penemuan baru. 3. Mengenalpasti kemungkinan "internal/dalaman" (e.g; kelebihan personal, faktor yang lebih besar) dan kemungkinan "external/luaran" (e.g; sumber) 4. Kemungkinan adalah dibangkitkan oleh 'Coach', pelanggan dan kolaborasi diantara kedua pihak.	Perbezaan: 1. Minda Permulaan vs Mengetengahkan Kepakaran 2. Kreatif vs Preskriktif 3. Pengembangan vs Penyelesaian

© 2007 International Association of Coaching ®

Perlakuan Efektif:	Perlakuan Tidak Efektif:	Tindakan:
Coach: 1. Menggunakan alat bantu dan teknik yang sesuai untuk memencipta persekitaran untuk perkembangan pelanggan, dan menggalakkan kemungkinan. 2. Menggunakan pelbagai scenario, keaadaan, dan budaya untuk meluaskan pilihan pelanggan. 3. Menggunakan soalan untuk meningkatkan proses penemuan baru. 4. Mengurangkan kesan pemikiran lazim. 5. Berbincang dengan pelanggan, apabila halatuju tindakan itu sesuai dan perkembangan pelanggan dikenal pasti. 6. Membantu pelanggan untuk melihat kemungkinan dalam skala perspektif yang lebih luas. 7. Menggunakan provokasi apabila perlu untuk menggalakkan perkembangan pelanggan. 8. Bersikap terbuka terhadap segala kemungkinan, walaupun apabila pelanggan menolak. 9. Rela untuk membiarkan perkara yang tersembunyi tersingkap dengan sendirinya. 10. Menggalakkan pelanggan untuk meneroka segala kemungkinan yang ada.	Coach: 1. Bergantung kepada satu –satu rangka kerja atau proses. 2. Mencari jawapan atau hasil yang khusus. 3. Tergesa dalam mencari penyelesaian. 4. Menerima pandangan pelanggan yang terbatas. 5. Bertanya terlampau banyak soalan atau soalan yang membimbing. 6. Membenarkan “cerita” pelanggan untuk menghadkan penerokaan kemungkinan.	1. Perbualan memasuki kawasan yang baru dan tidak berkaitan. 2. Pelanggan mempunyai maklumat yang mengejutkan pelanggan. 3. Pelanggan menerima dan mengenal pasti perkembangan diri, bantuan, atau idea yang tidak mustahil. 4. ‘Coach’ menawarkan kemungkinan yang baru. 5. Pelanggan menawarkan kemungkinan baru. 6. Pelanggan menunjukkan minat yang ikhlas mengenai kemungkinan yang baru atau penerimaan terhadap proses tersebut.

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#9 Membantu pelanggan mewujud dan menggunakan sistem dan struktur sokongan**

© 2007 International Association of Coaching ®

Definisi:	Kesan:	Elemen Utama:	Perbezaan:
Membantu pelanggan mengenalpasti dan mewujudkan hubungan, peralatan, sistem dan struktur yang diperlukan untuk merintis dan mengekalkan kemajuan	Pelanggan lebih yakin dan terjamin dalam memajukan diri, mengetahui bahawa sumber itu sentiasa ada atau boleh diciptakan.	1. 'Coach' mencadangkan sistem sokongan dan struktur yang boleh digunakan sesuai dengan kehendak pelanggan. 2. 'Coach' meminta pelanggan untuk mengenalpasti sistem sokongan dan bantuan yang dimiliki oleh pelanggan tetapi tidak digunakan secara efektif. 3. 'Coach' membantu pelanggan untuk mengenalpasti kawasan dimana pelanggan memerlukan lebih sokongan dan struktur. 4. Pelanggan memahami keperluan sistem sokongan yang sesuai. 5. Perkembangan pelanggan terhadap matlamat atau tujuan mereka adalah lebih terpelihara dan berlanjutan.	• Struktur sokongan vs Proses yang membataskan. • Komplimentari vs Penduaan • Meningkatkan vs Membesarkan

© 2007 International Association of Coaching ®

© 2007 International Association of Coaching ®

Perlakuan Efektif:	Perlakuan Tidak Efektif:	Tindakan:
Coach: 1. Mencadangkan sumber yang relevan. 2. Membantu mengenalpasti sistem yang mungkin diperlukan and mengeluarkan maklum balas atas siasatan, ujian dan kemungkinan implementasi terhadap sistem dan struktur. 3. Memberi respon terhadap cadangan untuk membina dan melengkapkan sistem dan struktur. 4. Secara aktif, mencari dan mengenal pasti cara cara untuk mengembangkan kebolehan melalui sistem dan struktur. 5. Menyokong pelanggan untuk menjelaskan keberlanjutan/kelestarian sistem dan struktur. 6. Tidak terikat dengan respon daripada pelanggan atau mana mana sumber, sistem atau struktur. 7. Menggunakan prinsip pelanggan dan identiti untuk memastikan kelestarian/keberlanjutan. 8. Menyajarkan matlamat bimbingan dengan budaya dan prinsip pelanggan.	Coach: 1. Menyarankan sesuatu sumber, struktur atau sistem tanpa mengenal pasti kehendak individual pelanggan. 2. Menyarankan sumber yang mungkin tidak sesuai –dari segi kewangan, kebudayaan, organisasi, personality atau sebab pembelajaran – untuk pelanggan tersebut. 3. Mencari jalan untuk mengetengahkan sistem dan struktur pilihan ‘Coach’ itu sendiri. 4. Tidak melihat cadangan pelanggan untuk kemungkinan sesuatu sistem dan struktur yang sesuai. 5. Tidak menawarkan atau menggalakkan pelanggan untuk menggunakan sistem sokongan dan struktur yang telah dikenal pasti. 6. Tidah menyatakan keberlanjutan/kelestarian sistem sokongan dan struktur yang telah dikenal pasti. 7. Satu-satunya struktur yang digunakan adalah “menjadi kebergantungan ‘Coach’ ” seperti berjumpa dengan ‘Coach’ untuk membincangkan perkembangan. 8. Memberi tindakan daripada mereka sistem dan struktur tersendiri kepada pelanggan.	1. ‘Coach’ bersikap kreatif didalam membantu pelanggan untuk mewujudkkan sistem sokongan dan struktur tanpa bergantung kepada pelanggan menyesuaikan sesuaikan sesuatu idea yang khusus ataupun tidak. 2. Pelanggan dapat mengenalpasti sumber yang sebelumnya tidak dikenalpasti. 3. Pelanggan meluahkan appresiasi untuk atau pemahaman tentang nilai sesuatu sistem sokongan dan struktur, dan menggunakan sumber yang sedia ada atau mereka sesuatu yang baru. 4. Pelanggan berhadapan dengan tanggungjawab dalam menggunakan, mencari dan mereka sumber. 5. Pelanggan mengetahui bahawa penghargaan baru atau tanggungjawab baru ini adalah bersikap membina. 6. ‘Coach’ menyatakan keberlanjutan/kelestarian sistem sokongan dan struktur. 7. ‘Coach’ mampu untuk membezakan diantara langkah-langkah tindakan dan sistem sokongan.

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®