Coaching is a transformative process for personal and professional awareness, discovery, and growth

'Coaching' adalah process transformative untuk kesedaran, penemuan dan pertumbuhan peribadi dan professional

The Coaching Masteries ®

Malay Version

International Association *of* Coaching

Our Vision: To advance coaching to the highest standards of universal excellence

Visi Kami: Untuk memajukan coaching ke tahap tertinggi kecemerlangan sejagat

Our Mission: To offer a rigorous certification process that advances the profession through the demonstration of coaching mastery.

Misi Kami: Untuk menawarkan proses pensijilan yang tegas dalam memajukan profesion melalui demonstrasi *coaching mastery*

Selamat Datang The Coaching Masteries ® eBook Versi 1.1. The Coaching Masteries ® adalah evolusi terkini dalam kemahiran bimbingan/"*coaching*"dan akan terus berkekalan begitu

© 2007 International Association of Coaching ®

melalui pengkajian, pembaikan, dan penghalusan berterusan. Di dalam eBook ini, anda akan dapat memerhatikan penambahan dan perubahan utama daripada edisi yang sebelumnya. Perubahan ini akan menyediakan lebih banyak penjelasan secara terperinci tentang maksud setiap 'Mastery', cara penggunaannya dan bagaimana untuk mengenalpasti apabila dan jika anda telah menguasainya.

Kumpulan Kajian kami telah memberikan perhatian yang mendalam terhadap perbezaan budaya, menghormati nuansa budaya yang berbeza boleh membawa kepada proses coaching itu sendiri, dan bagaimana terma ini boleh membawa maksud yang berbeza kepada bahasa yang berbeza. 'Masteries' adalah berkesan (efektif) walaupun fokus *coaching* itu adalah berbeza; peribadi, hidup, bisnes, korporat, eksekutif, etc. Untuk mendemonstrasikan ini, anda akan dapat melihat rujukan terhadap bidang kerja dan persekitaran yang lain.

Kami merasakan bahawa anda akan menikmati dan menghargai segala pengemaskinian di dalam eBook ini. Dengan setiap 'Mastery', anda akan mendapati:

- Definisi 'Mastery'
- Kesan daripada penggunaan kemahiran tersebut.
- Elemen utama yang hadir apabila 'Mastery' itu digunakan secara efektif dan boleh menjadi panduan untuk kemajuan kemahiran anda sendiri.
- Perbezaan, ayat pendek atau perkataan yang boleh memberi perspektif atau cara pemikiran yang berlainan tentang 'Mastery' tersebut. Kadangkala lebih mudah untuk memahami sesuatu terma dengan memberi perbezaan.
- Contoh Pelakuan Efektif dan Tidak Efektif. Perkataan "contoh" itu adalah sangat penting – anda tidak dijangkakan untuk melakukan setiap perlakuan yang disenaraikan, tetapi ia adalah panduan untuk anda menilai sesi bimbingan anda sendiri.
- Tindakan digunakan untuk menilai takat mana anda mendemonstrasikan 'Mastery' tersebut.
- Kesilapan Umum yang dilakukan '*Coach'*, ini akan menjelaskan apa yang tidak patut dilakukan, dan membantu anda untuk mengenalpasti dengan segera jika anda tidak mengikut laluan yang ditetapkan.
- Indikator '*Coach'* Menguasai dan Memahami. Ini memberikan cara yang bagus bagaimana untuk anda mengukur perkembangan kemahiran anda dan keberkesanan dimana anda mendemonstrasikan 'Mastery' tersebut di dalam mana-mana sesi bimbingan.

© 2007 International Association of Coaching ®

Asas untuk semua '*Masteries*' adalah konsep dimana '*Coach*' harus percaya di dalam proses '*coaching*'- yang '*coaching*' akan berkesan jika dilaksanakan dengan baik dan betul. Kurangnya kepercayaan di dalam proses adalah satu halangan yang sangat besar untuk para 'Coach'. Ini selalunya ditambah lagi dengan kurangnya kepercayaan ataupun keraguan terhadap skil 'Coach' itu sendiri. Dengan masa, kebiasaan, dan penguasaan anda terhadap IAC Coaching Masteries, anda akan melihat keraguan tersebut akan secara perlahan beransur-ansur hilang.

Ingat bahawa, *The Coaching Masteries* ® adalah sesuatu yang universal. Mereka mewakili penguasaan 'coaching', jadi tidak kira apa latar belakang, kaedah, gaya, latihan atau metodologi, anda boleh menggunakan 'Masteries' berikut untuk menyokong pelanggan anda dan keputusan yang diinginkan oleh mereka.

Pada mereka yang mencari pengesahan, dua seksyen yang terakhir yang disertakan dalam setiap 'Masteries' (Kesilapan Umum yang Dilakukan& Indikator Penguasaan dan Pemahaman) boleh membantu anda untuk memahami minda para 'Coach' yang mengesahkan 'Masteries' tersebut. Jika anda mahu latihan Masteries yang lebih spesifik, kami menggalakkan anda untuk mengkaji IAC Licensed Mentors and Schools yang disenaraikan di laman sesawang (www.CertifiedCoach.org)

Untuk Latihan 'Coaching' yang Berjaya,

Lembaga Pensijilan IAC

The Coaching Masteries ®

#1 Mewujudkan dan memelihara perhubungan yang berteraskan kepercayaan

© 2007 International Association of Coaching ®

✈✈✈✈

#2 Menganggar, mengukuhkan dan meningkatkan potensi pelanggan

✈✈✈✈

#3 Mendengar secara mendalam

✈✈✈✈

#4 Meneliti perkara berdasarkan situasi semasa

✈✈✈✈

#5 Penyataan

✈✈✈✈

#6 Memperjelaskan

✈✈✈✈

#7 Membantu pelanggan menetapkan dan memiliki tujuan yang jelas

✈✈✈✈

#8 Merintis kemungkinan

✈✈✈✈

#9 Membantu pelanggan mewujud dan menggunakan sistem dan struktur sokongan

#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.

© 2007 International Association of Coaching ®

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 **Contoh 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. **Contoh 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.

© 2007 International Association of Coaching ®

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'.

Kesalahan Umum Yang Dilakukan oleh "Coach"

- Tidak menyatakan dengan jelas sempadan yang wajar untuk hubungan coaching tersebut, atau keputusan dari sesi bimbingan tersebut.
- Menyatakan pendapat tanpa kebenaran, seperti apabila 'Coach' menyoal sesuatu kepercayaan dan andaian.
- Cuba untuk menjadi pakar, atau mempunyai pemikiran bahawa "Coach" PATUT menjadi pakar.
- Menyarankan pendapat sendiri.
- Cuba untuk menjadi seseorang yang disukai oleh pelanggan, menyebabkan 'Coach' untuk menahan diri untuk bersuara ketika sesi bimbingan.
- Membenarkan sesi bimbingan untuk menjadi sesi perbualan diantara kawan kawan/lebih santai vs sesi bimbingan yang sebenar.
- Cuba untuk mendapatkan pelanggan untuk memberi komen yang bagus tentang 'Coach'.
- Mengharapkan pelanggan untuk membuat semua kerja, atau berfikir yang mereka perlu membuatnya.
- Mengharapkan pelanggan untuk mempunyai segala jawapan, vs Menyedari yang '*Coach'* dan pelanggan, dan hubungan bimbingan itu sendiri adalah perwujudan dan penyelesaian bersama.
- Tidak menyatakan harapan daripada syarikat dan organisasi itu sendiri apabila sesi bimbingan sedang berlangsung di dalam konteks tersebut.
- Tidak mempercayai sesi bimbingan itu sendiri, diri sendiri ataupun pelanggan.
- Membenarkan pelanggan untuk bergantung terlalu banyak kepada '*Coach'*.

Indikator Bahawa "Coach" Memahami dan Menguasai

© 2007 International Association of Coaching ®

Pelanggan rela untuk meneroka topik yang menakutkan, membimbangkan atau tersembunyi.

'*Coach'* akan merunding sempadan dan batasan yang jelas bersama pelanggan. (Ini sangat penting apabila sesi bimbingan berlangsung di dalam suasana korporat/organisasi, apabila laporan kepada pihak atasan adalah sebahagian daripada kontrak.)

'*Coach'* adalah seorang yang mencabar dan mahukan penyelasaian, pada masa yang sama pelanggan merasa selamat dan dihormati.

Apabila pelanggan tidak bersetuju dengan sesuatu yang dinyatakan oleh 'Coach' mereka, mereka mampu untuk menyatakan pendapat mereka di dalam sesi bimbingan tersebut.

'*Coach*' mampu untuk berkongsi pendapat dan idea tanpa perlu mengharapkan yang pelanggan akan bersetuju."

'Coach' percaya akan pelanggan mereka, yang menbenarkan pelanggan untuk mempercayai diri sendiri.

'*Coach*' tahu akan keberkesanan sesi bimbingan, dan terus yakin walaupun mereka tidak pasti apa yang harus dilakukan seterusnya.

'*Coach*' menyedari yang segala perlakuan atau percakapan mereka menyumbang kepada persekitaran kepercayaan. "Coach" juga menggunakan kesedaran ini secara strategik.

Tidak mewujudkan ketidakseimbangan kuasa diantara 'Coach' dan pelanggan.

#2. Menganggar, mengukuhkan dan meningkatkan potensi pelanggan

Definisi Mengenalpasti serta membantu pelanggan mengiktiraf dan menghargai kelebihan dan potensi mereka.

Kesan 1. Pelanggan akan lebih menghargai kobolehan dan potensi peribadi mereka.

2. Pelanggan akan lebih rela untuk mengambil tindakan yang menjangkaui paradigma dan strategi semasa.

Elemen Utama

1. Cuba untuk meletakkan diri didalam posisi mereka apabila bersama pelanggan.
2. Mengiktiraf kepelbagaian kemungkinan yang lebih luas.

© 2007 International Association of Coaching ®

3. Menggalakkan dan memperkasakan pelanggan.
4. Mencabar limitasi kepercayaan.
5. Mengenalpasti kekuatan pelanggan dan kesedaran tentang dimana kekuatan itu akan menyokong gol organisasi dan peribadi (dimana wajar.)

Perbezaan

- Kepercayaan VS Penilaian.
- Membolehkan VS Menolak
- Mengembang VS Memanjangkan

Contoh Perlakuan Efektif:

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.

Contoh Perlakuan Tidak Efektif:

Coach:

Menggunakan galakan yang dibesar-besarkan (over the top) atau sikap semangat yang tidak ikhlas.

1. Menerima daripada bersikap ingin tahu tentang andaian, batasan dan halangan yang dilihat oleh pelanggan.
2. Memberi cabaran melebihi dari apa yang boleh diuruskan oleh pelanggan supaya pelanggan merasa tidak yakin.
3. Mengetengahkan agenda “Coach” itu sendiri di sebalik “sokongan”.
4. Memanipulasi pelanggan.
5. Membuat pelanggan berasa salah.

© 2007 International Association of Coaching ®

6. Mewujudkan atau menggalakkan kebergantungan pelanggan.
7. Memandu pelanggan kearah tindakan yang salah dari segi budaya.
8. Tidak menunjukkan kepercayaan terhadap pelanggan.

Tindakan

1. Pelanggan tidak akan teragak-agak tetapi lebih teruja untuk maju kehadapan, 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.

Kesalahan Umum Yang Dilakukan Oleh "*Coach*"

- Menyorak atau merendah-rendahkan pelanggan atau bersikap keibu-bapaan.
- Memaksa pelanggan untuk menjadi atau melakukan berkali-kali.
- Secara automatik, menerima kepercayaan dan andaian pelanggan yang mempunyai had, atau andaian dan kepercayaan yang tidak konsisten dengan keinginan pelanggan.
- Cuba untuk memdapatkan pelanggan untuk bertindak mengikut apa yang difikirkan baik untuk mereka oleh "*Coach"*.
- Mengukur atau menyatakan nilai pelanggan atau potensi hanya di dalam tindakan dan pencapaian mereka, daripada siapa yang pelanggan sedang atau mampu menjadi.

Indikator Bahawa "Coach" Memahami dan Menguasai

'*Coach'* menawarkan galakan yang ikhlas secara semula jadi melalui komen dan soalan.

'*Coach'* mewujudkan pintu untuk pelanggan untuk menemui dan menyuarakan pendapat dan potensi mereka.

'*Coach'* menyedari bahawa pelanggan memerlukan "Coach" untuk melihat, menyetujui dan mengembangkan potensi pelanggan- walaupun pelanggan yang paling yakin.

Pelanggan mula mengenal dan menerima kelebihan mereka dan apa yang mungkin terjadi.

'*Coach'* tidak mengukur nilai pelanggan (atau nilai coach) melalui apa yang dilakukan oleh pelanggan dan sama ada ia berkesan atau tidak.

'*Coach*' mengenal pasti dimana kekuatan pelanggan bercanggah dengan matlamat peribadi dan organisasi tajaan mereka (dimana boleh digunakan).

© 2007 International Association of Coaching ®

#3. Mendengar secara mendalam

Definisi

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

Kesan

1. Pelanggan merasa difahami dan diyakini – bukan dinilai.
2. Pelanggan berkomunikasi dengan lebih mudah dan efektif.

Elemen Utama

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.

Perbezaan

- Mendengar untuk VS Mendengar kepada
- Peka VS Menghalang
- Memperlihatkan VS Memimpin

Contoh Perlakuan Efektif 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.

© 2007 International Association of Coaching ®

Contoh Perlakuan Tidak Efektif *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 generik dan formulik daripada menyesuaikan kaedah bimbingan dengan keperluan pelanggan.
6. Memberi tumpuan didalam mengetengahkan pandangan vs Mendengar komunikasi pelanggan di peringkat yang berganda.

Tindakan 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.

Kesalahan Umum Yang Dilakukan '*Coach*'

- Memikirkan bahawa '*Coach'* perlu bersuara apabila pelanggan berdiam diri- tidak menyesuaikan diri dengan keadaan yang senyap.
- Membuat andaian bahawa '*Coach*' mengetahui apa yang dimaksudkan oleh pelanggan.
- Menjadi gelisah/cuba untuk memikirkan apa yang patut dilakukan oleh seorang "*Coach*"
- Menumpukan terhadap apa yang harus dikatakan seterusnya, sewaktu pelanggan masih bercakap.
- Tidak mengenal pasti apabila kelakuan penyataan pelanggan tidak bersesuaian dengan isi atau emosi tentang apa yang dibualkan oleh mereka.(seperti ketawa apabila bercakap tentang betapa marahnya mereka)

© 2007 International Association of Coaching ®

- Tidak mendengar maksud yang lebih mendalam didalam apa yang dinyatakan oleh pelanggan(lisan) – menerimanya bulat bulat, tanpa melihat disebalik peringkat komunikasi.

Indikator Bahawa 'Coach' Memahami dan Menguasai

'*Coach'* tidak bergantung kepada hanya satu kaedah bimbingan, tetapi mampu untuk menyesuaikan kaedah dan strategi bimbingan mengikut keperluan pelanggan.

'*Coach*' selesa dengan keadaan yang senyap sewaktu sesi bimbingan, mengiktiraf bahawa pelanggan sedang memproses maklumat didalam keaddan senyap.

'*Coach*' memahami bahawa keadaan yang senyap boleh menjadi teknik bimbingan yang efektif.

'*Coach*' memberi tumpuan terhadap keperluan pelanggan dan bukan prestasi "Coach".

'*Coach'* mengenal pasti corak pandangan dan pemerhatian mereka dan juga pelanggan.

#4. Meneliti perkara berdasarkan situasi semasa

Definisi

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

Kesan

1. Pelanggan bebas untuk meluahkan dan melibatkan diri dengan reality 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.

Elemen Utama

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.

© 2007 International Association of Coaching ®

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.

Perbezaan

- Respon dari kesedaran vs Reaksi lazim
- Sini dan sekarang vs Masa Silam dan Masa Depan
- Lali vs Peka

Contoh Perlakuan Efektif 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. Memberi 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)

Contoh Perlakuan Tidak Efektif

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.

© 2007 International Association of Coaching ®

5. Tidak peka bagaimana perlakuan '*Coach*' itu sendiri memberi kesan terhadap sesi bimbingan atau pelanggan.

Tindakan

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 masingmasing 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.

Kesalahan Umum Yang Dilakukan oleh '*Coach*'

- Mengabaikan dan tidak menyedari keteragakan, semangat, minat pelanggan, etc.
- Tidak menyedari bagaimana pelanggan mengalami sesi bimbingan.
- Takut untuk menangani emosi pelanggan.
- Membiarkan pelanggan berbual atau melompat dari satu topik ke topic yang lain tanpa mengetengahkan sesuatu topic atau tidak membantu pelanggan untuk focus semula.
- Memberi tumpukan kepada gol dan tindakan masa depan, mengabaikan masa kini.
- Terlepas petunjuk yang diberikan pelanggan, kadangkala di dalam bentuk "*off-hand*" atau komen yang kasual.
- Tidak menyedari apabila pelanggan menimbulkan sesuatu secara berkali kali didalam satu sesi, atau beberapa sesi.
- Tidak mengenal pasti perlakuan tidak produktif '*Coach*' sendiri(seperti menganggu secara lisan, etc)

Indikator '*Coach*' Menguasai dan Memahami

'*Coach*' menyedari bahawa kepakaran ini mencipta perubahan yang mendalam kerana ia membenarkan '*Coach*' dan pelanggan untuk pergi ke akar umbi tentang apa yang menghalang/menyokong pelanggan tersebut.

© 2007 International Association of Coaching ®

'*Coach*' selesa untuk mengetengahkan emosi pelanggan sebagai indicator usaha pelanggan, sejajar dengan gol dan sumber informasi.

'*Coach*' membantu pelanggan untuk beralih dari bercakap tentang apa yang berlaku, kepada mengenal pasti apa maksudnya sekarang dan bagaimana pelanggan akan menggunakan maksud itu didalam kehidupan seharian.

'*Coach*' mengenalpasti bahawa hubungan bimbingan ini adalah cermin kepada aspek hidup pelanggan yang berbeza- dan menggunakan ini sebagai alat bantu bimbingan.

'*Coach*' peka dengana apa yang cuba dielakkan oleh pelanggan, ia adalah indikasi tentang apa yang sedang berlaku kepada pelanggan, atau sesuatu yang berlaku diantara 'Coach' dan pelanggan.

'*Coach*' menyesuaikan gaya bimbingan, tenaga atau komunikasi untuk menyokong apa yang diperlukan oleh pelanggan pada masa itu.

'*Coach*' sanggup untuk meninjau dan bertanya kembali kepada pelanggan tentang isi atau halatuju sesi bimbingan.

'*Coach*' percaya dengan proses bimbingan.

#5. Penyataan

Definisi

Penumpuan dan kesedaran terhadap bagaimana 'Coach' berkomunikasi mengenai komitmen, halatuju, keinginan dan ide – serta keberkesanan komunikasi tersebut

Kesan

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'.

Elemen Utama

1. Hormat
2. Perhatian
3. Mesra Pelanggan
4. Kejelasan
5. Kesesuaian

Perbezaan

- Komunikasi "untuk" pelanggan vs "kepada" pelanggan
- Membenarkan "bagaimana" tentang komunikasi vs "apa" tentang komunikasi

© 2007 International Association of Coaching ®

- Bagaimana ‘Coach’ menyampaikan sokongan dan galakan vs Menggunakan perkataan sahaja untuk ungkapan. **Contoh Perlakuan Efektif**

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.

Contoh Perlakuan Tidak Efektif

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 metaphor; isi yang tidak penting)
4. Bekomunikasi 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.

Tindakan

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.

Kesilapan Umum yang Dilakukan oleh ‘*Coach*’

- Menggunakan terlalu banyak pengesahan lisan hingga ke tahap yang ia menjadi satu gangguan.
- Tidak memadankan tahap semangat pelanggan (terlalu tinggi atau terlalu rendah), mewujudkan ketidaksambungan dengan pelanggan.
- Berbual sambil lewa hanya untuk menyampaikan maksud.

© 2007 International Association of Coaching ®

- Mengulang apa yang dikatakan sehinggan pelanggan mengaku kalah atau bersetuju.
- Fokus terlalu banyak didalam mengatakan atau melakuka perkara yang “benar”. - Mempunyai terlampau banyak soalan, walaupun dengan niat yang baik.

Indikator ‘*Coach*’ Memahami dan Menguasai

‘*Coach*’ selesa dengan keadaan yang senyap, tidak perlu bercakap jika pelanggan berdiam diri.

‘*Coach*’ sudah biasa dengan bagaimana komunikasi mereka memajukan pelanggan atau menganggu kemajuan pelanggan.

‘*Coach*’ tidak risau tentang tanggapan yang baik.

‘*Coach*’ tahu bila dan bagaimana untuk menganggu supaya ia membantu pelanggan.

‘*Coach*’ seorang yang peka, dan melibatkan diri di dalam dialog dan perbualan bermakna – bukan hanya bercakap untuk mengisi kesunyian atau menutupi ketidakpastian tentang bagaimana untuk meneruskan sesi.

‘*Coach*’ menggunakan suara, bahasa, metaphor, dan cerita yang bersesuaian dengan keperluan pelanggan.

#6. Memperjelaskan

Definisi

Mengurang atau menghilangkan keraguan atau ketidakpastian; meningkatkan pemahaman dan keyakinan pelanggan

Kesan

1. Pelanggan dan ‘Coach’ bergerak ke hadapan dengan jalan/cara yang lebih teratur.
2. Meningkatkan kemungkinan.
3. Mengurangkan keraguan.
4. Menyingkap yang tidak pasti.

Elemen Utama

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

© 2007 International Association of Coaching ®

- Sumber vs Simptom
- Mudah vs Rumit
- Membezakan vs Menyelesaikan **Contoh Perlakuan Efektif** *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. **Contoh Perlakuan Tidak Efektif**

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.

Tindakan

- Isu-isu yang paling penting untuk pelanggan harus dikenal pasti dan dinyatakan.
- Pelanggan merasa difahami.
- Tenaga pelanggan meningkat.
- 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.

- Kesedaran diri pelanggan telah meningkat, atau boleh melihat mereka dari sudut perspektif yang baru.

Kesilapan Umum Yang Dilakukan '*Coach*'

© 2007 International Association of Coaching ®

- Memikirkan bahawa '*Coach*' tahu jawapan yang sebenar atau apa yang terbaik untuk pelanggan.
- Terlalu fokus kepada masalah di permukaan atau symptom, tidak memahami isu yang paling penting untuk pelanggan secara dasar, atau tersembunyi oleh masalah "awal" yang dibawa oleh pelanggan ke sesi bimbingan.
- Menetapkan agenda, daripada membiarkan pelanggan menetapkan agenda atau menetapkannya bersama.
- Bersikap tidak jelas samada isu yang peling penting telah dikenal pasti atau dinyatakan secukupnya.

Indikasi '*Coach*' Telah Memahami dan Menguasai

'*Coach'* tidak merasa tekanan untuk memberi penjelasan kepada pelanggan.

Perspektif pelanggan berubah- pelanggan mengetahui sesuatu yang mereka tidak tahu sebelumnya- tentang diri, kemampuan, situasi tersebut, kepercayaan atau andaian, etc.

'*Coach'* bersikap ingin tahu dan berminat.

'*Coach*' terlibat secara aktif bersama pelanggan didalam kerjasama.

Pelanggan dan 'Coach' menjelaskan pandangan, perasaan, kepercayaan atau perkataan.

'*Coach'* sanggup untuk menyoal apa yang terjadi di sebalik isu yang dilaporkan.

#7. Membantu pelanggan menetapkan dan memiliki tujuan yang jelas

Definisi

Memastikan pelanggan sentiasa fokus dan berusaha mencapai tujuan yang diimpikan

Kesan

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.

Elemen Utama

1. Bertanya tentang matlamat dan niat pelanggan.
2. Berhati hati dalam mengetengahkan apa yang penting.
3. Menjelaskan arah tuju kemajuan.
4. Secara berkala, mengkaji semula dan menyambut kemajuan dan niat.

Perbezaan

- Mengubah vs Perubahan
- Perkembangan vs Pergerakan **Contoh Perlakuan**

© 2007 International Association of Coaching ®

Efektif

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/Menyesuaikan maksud bimbingan dengan prinsip pelanggan.
10. Memahami bagaimana kepercayaan dan prinsip pelanggan akan membantu untuk menyokong tujuan mereka. **Contoh Perlakuan Tidak Efektif**

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.

Tindakan

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.

Kesalahan Umum Yang Dilakukan Oleh' *Coach*'

© 2007 International Association of Coaching ®

- Tidak menyedari apabila pelanggan teragak-agak untuk menetapkan matlamat yang spesifik.
- Mempunyai pemikiran bahawa 'Coach' mengetahu apa yang terbaik untuk pelanggan.
- Memaksa atau menerapkan jangkaan dan kemahuan 'Coach' kepada pelanggan dan sesi bimbingan itu sendiri.

Indikator '*Coach*' Memahami dan Menguasai

'*Coach*' tidak terlibat didalam penetapan matlamat dan tujuan pelanggan.

'*Coach'* mengetahui bahawa menguasai pemahaman ini membina pemahaman #6.

Menjelaskan- yang mereka harus memberi penjelasan supaya sejajar dengan matlamat.

'*Coach'* mengetahui apabila komitmen pelanggan tidak sejajar dengan kemahuan sebenar dan matlamat pelanggan.

#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 ingin-tahu, dan pengiktirafan potensi.
2. '*Coach'* dan pelanggan berkomunikasi melalui eksplorasi dan penemuan baru.
3. Mengenalpasti kemungkinan "internal" (e.g; kelebihan personal, faktor yang lebih besar) dan kemungkinan "external" (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 **Contoh Perlakuan Efektif** *Coach:*

1. Menggunakan alat bantu dan teknik yang sesuai untuk memencipta persekitaran untuk perkembangan pelanggan, dan menggalakkan kemungkinan.

© 2007 International Association of Coaching ®

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.

Contoh Perlakuan Tidak Efektif

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.

Tindakan

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.

Kesilapan Umum Yang Dilakukan '*Coach*'

© 2007 International Association of Coaching ®

- Mengeluarkan idea tentang segala kemungkinan sendiri, dari membantu dalam proses itu bersama pelanggan.
- Mempunyai pemikiran bahawa segala idea harus dilaksanakan.
- Mencuba bersungguh- sungguh untuk menyingkap sesuatu isu.
- Mencari jawapan yang khusus daripada bersikap ingin tahu.

Indikator 'Coach' Menguasai dan Memahami

'*Coach'* menyedari bagaimana idea tersingkap satu demi satu.

'*Coach'* tidak memaksa pemahaman ini kedalam sesi bimbingan, sebaliknya ia berlaku secara semulajadi sebagai sebahagian daripada sesi tersebut.

'*Coach'* membantu pelanggan untuk berkembang- berfikiran menjangkaui apa yang sebelumnya dipertimbangkan.

#9. Membantu pelanggan mewujud dan menggunakan sistem dan struktur sokongan

Definisi

Membantu pelanggan mengenalpasti dan mewujudkan hubungan, peralatan, sistem dan struktur yang diperlukan untuk merintis dan mengekalkan kemajuan

Kesan

Pelanggan lebih yakin dan terjamin dalam memajukan diri, mengetahui bahawa sumber itu sentiasa ada atau boleh dicipta.

Elemen Utama

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.

Perbezaan

- Struktur sokongan vs Proses yang membataskan.

© 2007 International Association of Coaching ®

- Komplimentari vs Penduaan
- Meningkatkan vs Membesarkan **Contoh Perlakuan Efektif**

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. **Contoh Perlakuan Tidak Efektif**

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.

Tindakan

© 2007 International Association of Coaching ®

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.

Kesilapan Umum Yang Dilakukan ‘Coach’

- Hanya mengenalpasti apa yang tindakan yang harus dilakukan.
- Terlampau bergantung kepada keberkesanan struktur sokongan.
- Membiarkan ‘Coach’ untuk mengenalpasti semua, atau hampir semua tindakan, daripada melibatkan pelanggan.
- Mengentengahkan sistem mereka sendiri.
- Hanya mengenalpasti sistem sokongan yang sedia ada (seperti pasangan, ‘Coach’, kerjaya)
- Tidak mengambil kira budaya pelanggan- menggalakkan tindakan yang tidak bersesuaian dengan budaya tersebut.
- Jika sesi bimbingan berlaku didalam satu organisasi, tidak mengambil kira budaya organisasi tersebut- menggalakkan tindakan yang tidak bersesuaian dengan budaya tersebut.
- Tidak membina sistem dan struktur yang meliputi isu utama pelanggan.
- Tidak menyatakan bagaimana kepercayaan yang terbatas atau “blok” dikenalpasti melalui sesi bimbingan akan memberi kesan terhadap penggunaasn sistem dan struktur pelanggan.

Indikator ‘Coach’ Menguasai dan Memahami

‘Coach’ mengetahui perbezaan diantara sistem dan plan tindakan.

‘Coach’ menyatakan pelbagai struktur dan sistem – seperi fizikal, emosional, minda, etc.

© 2007 International Association of Coaching ®

Pelanggan memahami apa yang harus dilakukan oleh mereka untuk memastikan keberlanjutan dan keberkesanan sistem dan struktur tersebut.

‘Coach’ dan pelanggan berbincang tentang apa yang harus berlaku untuk pelanggan melakukan ini secara konsisten, supaya isu itu ditangani dan tidak berulang lagi sebagai corak paten.

‘Coach’ memastikan struktur pelanggan adalah sejajar dengan identiti dan prinsip mereka.

‘Coach’ dan pelanggan menyatakan sebarang konflik dalaman yang mungkin bercanggah dengan keberlanjutan.

‘Coach’ membantu pelanggan untuk mengenal pasti sumber dan sistem sokongan di dalam organisasi atau tempat kerja pelanggan.

‘Coach’ bertanyakan dan menyatakan akibat, harapan, jangkaan dan halang yang berkemungkinan berlaku didalam organisasi tersebut.

© 2007 International Association of Coaching ®

Prinsip Etika IAC®

Kecekapan

Coach mestilah mengekalkan piawaian kecekapan yang tinggi dalam setiap urusan kerja mereka.

Integriti

Coach mestilah mewakili diri mereka dengan cara yang jujur dan adil serta mengambil kira kecekapan dan kekurangan tertentu yang ada pada diri mereka.

Coach mestilah berusaha untuk sentiasa peka akan sistem kepercayaan, nilai, keperluan dan kekurangan mereka sendiri serta kesannya terhadap kerja-kerja mereka. Setakat yang boleh dilaksanakan, mereka perlu menjelaskan kepada pihak berkaitan tentang peranan yang mereka jalani dan melaksanakan fungsi-fungsi tertentu dengan sewajarnya mengikut peranan-peranan tersebut.

Tanpa Diskriminasi

IAC melarang segala bentuk diskriminasi bagi setiap program dan aktivitinya atas dasar bangsa, warna kulit, asal negara, jantina, agama, umur, kecacatan, kepercayaan politik, orientasi seksual dan status perkahwinan atau keluarga.

Seperti yang ditakrifkan oleh IAC, diskriminasi berlaku apabila seseorang atau sekumpulan orang dilayan dengan kurang baik daripada individu atau kumpulan lain atau mereka dinafikan peluang untuk mengambil bahagian secara bebas dan sepenuhnya dalam aktiviti IAC atas dasar bangsa, warna kulit, bangsa atau asal etnik; jantina atau status perkahwinan; kecacatan; agama atau kepercayaan politik; keutamaan seksual; atau beberapa ciri utama yang lain.

Tanggungjawab Profesional

Coach mestilah mempamerkan piawaian kelakuan etika yang mencerminkan imej yang baik sebagai ‘Coach’ secara individu dan juga profesion tersebut secara amnya.

Menghormati Hak dan Maruah Rakyat

Coach mestilah melayan klien dengan penuh rasa hormat dan berhemah serta peka terhadap sebarang perbezaan budaya dan hak pelanggan untuk autonomi, privasi dan kerahsiaan.

Coach juga mestilah memberi penghormatan yang sewajarnya terhadap hak asasi, maruah, dan nilai semua orang. Mereka perlulah menghormati hak individu terhadap privasi (perihal peribadi), kerahsiaan, penentuan nasib sendiri dan autonomi dengan penuh kesedaran akan kewajipan undang-undang dan lain-lain perkara yang boleh menyebabkan ketidaktekalan serta konflik melalui pelaksanaannya. ‘Coach’ mestilah menyedari perbezaan budaya, individu dan peranan termasuklah perbezaan dari segi

© 2007 International Association of Coaching ®

umur, jantina, bangsa, etnik, asal negara, agama, orientasi seksual, ketidakupayaan, bahasa dan status sosioekonomi.

Coach mestilah mengambil kira dan menghapuskan kesan daripada kerja berat sebelah mereka berdasarkan faktor tersebut .Mereka tidak boleh mengambil bahagian atau membenarkan amalan diskriminasi yang tidak adil dengan sengaja.

Kod Etika IAC®

Pengenalan

'Coach' berkhidmat dalam pelbagai pengkhususan (seperti peribadi/kehidupan dan korporat/perniagaan) untuk membantu pelanggan mereka. 'Coach' dilatih secara khusus dalam bimbingan melalui pembelajaran formal atau diasuh oleh mentor dan menggunakan/mengaplikasikan pengalaman hidup individu masing-masing dalam amalan mereka.

'Coach' dibenarkan menggunakan pelbagai topik dan memainkan peranan sebagai 'Coach', perunding dan fasilitator. Walaupun setiap 'Coach' mengukur kemajuan mereka secara berbeza, pencapaian sentiasa diukur dengan penilaian yang dibuat oleh pelanggan 'Coach'.

Disebabkan sifat peribadi kebanyakan perhubungan bimbingan, Kod Etika ini berperanan untuk menyediakan nilai dan rangka kerja dimana 'Coach' profesional boleh menggunakannya sebagai asas atau rujukan amalan mereka.

Penggunaan Tatakelakuan ini adalah untuk tiga tujuan. Pertama, ia menyediakan prinsip dan nilai yang luas untuk digunakan oleh 'Coach'. Ini termasuk kerahsiaan dan keprihatinan sepenuhnya terhadap kebajikan dan kejayaan pelanggan.

Kedua, ia menyediakan peraturan untuk digunakan oleh 'Coach' dalam pelbagai situasi khusus yang mungkin bakal dihadapi oleh 'Coach'. Akhir sekali, Kod ini bertujuan untuk berfungsi sebagai asas atau blok bangunan bagi piawaian etika dan rujukan moral 'Coach'. Walaupun setiap 'Coach' individu bersetuju untuk mengikuti Kod ini, mereka digalakkan untuk menambah dan menambahbaiknya bagi mengukuhkan komitmen sepanjang hayat untuk membina suasana tempat kerja dan profesion yang beretika.

1. Piawaian Am

1.01 Kebolehgunaan Kod Etika.

(a) Sebarang kod boleh dianggap sebagai norma-norma pengalaman ke arah satu set peraturan. Sesuatu kod diterima pakai oleh komuniti kerana ahlinya patuh dan menerima peraturan sedemikian, termasuklah sekatan yang dimaksudkan ini, memberi manfaat kepada semua; samada di dalam dan di luar komuniti.

(b) Kod Etika ini dibentuk untuk kesemua ahli profesional IAC. Pada asasnya, ia terdiri daripada satu siri pernyataan yang menetapkan piawaian amalan minima untuk dipatuhi oleh ahli. Kod ini bertujuan untuk diamalkan sebagai jatidiri dan semangat dan bukan hanya pada perkataan sahaja.

© 2007 International Association of Coaching ®

(c) Aktiviti ‘Coach’ yang tertakluk kepada Kod Etika boleh disemak dibawah Piawaian Etika ini hanya jika aktiviti itu adalah sebagai sebahagian daripada fungsi-fungsi yang berkaitan dengan kerja bimbingan mereka.

1.02 Hubungan Etika dan Undang-undang Negara.

(a) Walaupun amalan dan kepatuhan terhadap undang-undang negara harus menjadi keutamaan ‘Coach’ berbanding dengan Piawaian Etika IAC, ‘Coach’ haruslah sekurang-kurangnya berusaha untuk mematuhi Kod Etika IAC.

(b) Seseorang ‘Coach’ tidak seharusnya terlibat dalam sebarang aktiviti-aktiviti yang menyalahi undang-undang, termasuklah, tetapi tidak terhad kepada, hak cipta, hak harta intelek atau pelanggaran paten.

1.03 Perhubungan Profesional.

(a) ‘Coach’ mestilah menawarkan perkhidmatan mereka hanya dalam konteks piawaian profesional IAC.

(b) Amanah dan tanggungjawab adalah teras kepada profesion ke’Coach’an. Adalah diharapkan bahawa ‘Coach’ akan senantiasa berurusan dengan penuh integriti terhadap pelanggan, rakan sebaya dan juga diri mereka sendiri.

1.04 Kecekapan Dalam Ke’Coach’an.

(a) Seorang ‘Coach’ tidak akan mengakui tahap kecekapan yang tidak dimiliki dirinya dengan sengaja dan pada setiap masa akan melaksanakan fungsi-fungsi mereka dengan tahap kecekapan sekurang-kurangnya seperti yang dituntut.

(b) ‘Coach’ mestilah menyediakan perkhidmatan hanya dalam skop kecekapan mereka berdasarkan pendidikan, latihan atau pengalaman profesional yang sesuai. ‘Coach’ seharusnya hanya menerima tugas-tugas yang berkaitan kerana mereka yakin akan kebolehan dan kecekapan mereka untuk melaksanakannya.

1.05 Mengekalkan Kepakaran.

(a) ‘Coach’ mestilah mengekalkan tahap kesedaran yang munasabah tentang amalan dan etika perniagaan yang terbaik dan semasa; dan maklumat profesional dalam bidang aktiviti mereka; dan mestilah menjalankan usaha yang berterusan untuk mengekalkan tahap kecekapan dalam kemahiran yang mereka gunakan.

(b) ‘Coach’ mestilah memastikan diri mereka mempunyai ilmu terkini tentang teknologi, amalan, keperluan undang-undang dan piawaian baharu yang berkaitan dengan profesion ke’Coach’an.

1.06 Output Perkhidmatan Bimbingan.

(a) Apabila ‘Coach’ menyediakan perkhidmatan bimbingan (termasuk sebarang penilaian yang digunakan) kepada individu, kumpulan atau organisasi, mereka mestilah menggunakan bahasa yang mudah difahami oleh penerima perkhidmatan tersebut.

© 2007 International Association of Coaching ®

(b) Jika ‘Coach’ terhalang oleh undang-undang atau melalui apa-apa cara lain daripada memberikan maklumat sedemikian kepada individu atau kumpulan tertentu, mereka mestilah memaklumkan kepada individu atau kumpulan tersebut daripada permulaan perkhidmatan ke’Coach’an.

1.07 Menghormati Orang Lain.

(a) Menghormati individu merupakan asas perhubungan bimbingan yang diutamakan.

(b) Dalam aktiviti-aktiviti yang berkaitan dengan kerja mereka, ‘Coach’ mestilah menghormati hak orang lain untuk menghormati nilai, sikap dan pendapat yang berbeza.

1.08 Diskriminasi Tidak Adil.

Dalam aktiviti-aktiviti yang berkaitan dengan kerja mereka, ‘Coach’ dilarang terlibat dalam diskriminasi yang tidak adil berdasarkan apa-apa asas sekalipun.

1.09 Gangguan.

(a) ‘Coach’ dilarang untuk sengaja terlibat dalam tingkah laku yang mengganggu atau merendahkan orang yang berinteraksi dengan mereka dalam kerja-kerja mereka.

(b) Gangguan seksual ialah permintaan seksual, kemajuan fizikal atau kelakuan lisan atau bukan lisan yang bersifat seksual. ‘Coach’ mestilah memastikan bahawa tingkah laku mereka pada setiap masa adalah sesuai dengan etika professional dan sama sekali tidak boleh digambarkan sebagai gangguan dalam apa jua bentuk sekali pun.

© 2007 International Association of Coaching ®

1.10 Masalah dan Konflik Peribadi.

(a) 'Coach' mestilah menyedari bahawa mereka juga mungkin sedang mengalami masalah peribadi yang boleh memberi kesan buruk kepada hubungan antara pelanggan dan 'Coach'. Sehubungan dengan itu, 'Coach' perlulah memaklumkan kepada pelanggan tentang sebarang masalah yang dihadapi dan bersama-sama sedar untuk bertindak dengan sewajarnya.

(b) Di samping itu, 'Coach' mestilah mempunyai kewajipan untuk berwaspada terhadap tanda-tanda yang berkaitan dan mendapatkan bantuan untuk masalah peribadi mereka pada peringkat awal bagi mengelakkan prestasi ke'Coach'an terjejas.

(c) Apabila 'Coach' menyedari masalah peribadi yang mungkin dapat mengganggu pelaksanaan tugas-tugas berkaitan dengan ke'Coach'an mereka dengan secukupnya, mereka perlulah mengambil langkah yang sewajarnya; seperti mendapatkan khidmat perunding atau bantuan profesional dan menentukan sama ada mereka harus menghadkan, menggantung atau menamatkan aktiviti ke'Coach'an semasa mereka.

1.11 Membuat Kemajuan.

'Coach' mestilah mengambil langkah yang munasabah untuk memastikan pelanggan mereka terus menunjukkan kemajuan. Dalam kes dimana tiada kemajuan, 'Coach' mestilah berusaha untuk mengurangkan sebarang risiko berbahaya kepada pelanggan mereka.

1.12 Penyalahgunaan Pengaruh 'Coach'.

Oleh kerana pertimbangan dan tindakan profesional 'Coach' boleh menjejaskan kehidupan orang lain, mereka mestilah berwaspada dan berhati-hati akan faktor peribadi, kewangan, sosial, organisasi atau politik yang mungkin membawa kepada penyalahgunaan pengaruh mereka.

1.13 Penyalahgunaan Kerja 'Coach'.

(a) 'Coach' dilarang untuk mengambil bahagian dalam aktiviti yang mana kemahiran atau penilaian mereka akan disalahgunakan oleh orang lain.

(b) Jika 'Coach' mengetahui tentang gambaran yang salah atau salah guna akan kerja-kerja mereka, mereka mestilah mengambil langkah yang munasabah untuk membetulkan atau mengurangkan gambaran yang salah atau salah guna yang disebutkan.

1.14 Konflik Kepentingan.

(a) Pada bila-bila masa yang sesuai, 'Coach' mestilah mengelak daripada mengambil tanggungjawab profesional apabila perhubungan yang sedia ada akan menimbulkan risiko konflik kepentingan diri.

(b) Jika 'Coach' mendapati bahawa atas sebab factor yang tidak diduga, perhubungan yang berpotensi konflik kepentingan telah timbul, maka 'Coach' mestilah cuba untuk

© 2007 International Association of Coaching ®

menyelesaikannya dengan mengambil kira kepentingan terbaik mereka yang terjejas dan pematuhan Kod Etika.

1.15 Barter.

'Coach' dibenarkan mengambil bahagian dalam perdagangan tukar barang hanya jika hubungan itu tidak mengeksploitasikan keadaan. 'Coach' bebas berunding untuk menerima barangan, perkhidmatan atau imbuhan bukan kewangan lain sebagai balasan untuk perkhidmatan bimbingan dalam rangkuman amalan undang-undang dan cukai pendapatan negara.

1.16 Hubungan Eksploitatif.

(a) 'Coach' dilarang mengeksploitasi mereka yang mungkin mempunyai peranan pengurusan.

(b) 'Coach' dilarang terlibat dalam hubungan seksual dengan kakitangan yang mana 'Coach' mempunyai kuasa menilai secara langsung kerana hubungan tersebut boleh dilihat sebagai eksploitatif.

1.17 Rujukan.

Apabila dibuktikan dan jika sesuai secara profesional, 'Coach' bolehlah bekerjasama dengan ahli profesional lain untuk memenuhi keperluan pelanggan mereka dengan berkesan dan sewajarnya.

1.18 Permintaan Pihak Ketiga untuk Perkhidmatan.

(a) Apabila 'Coach' bersetuju untuk memberikan perkhidmatan kepada seseorang individu atau sekumpulan entiti atas permintaan pihak ketiga, 'Coach' perlulah menjelaskan setakat yang boleh dilaksanakan, pada permulaan perkhidmatan tentang sifat perhubungan dengan setiap pihak. Penjelasan ini termasuklah tentang peranan 'Coach' (seperti perunding organisasi), kemungkinan penggunaan perkhidmatan yang disediakan atau maklumat yang diperolehi dan menerangkan fakta bahawa mungkin terdapat had untuk tahap kerahsiaan.

(b) Jika terdapat risiko yang boleh diramalkan untuk 'Coach' dipanggil bagi melaksanakan peranan yang bercanggah kerana penglibatan pihak ketiga, 'Coach' perlulah menjelaskan sifat dan hala tuju tanggungjawabnya, memastikan semua pihak dimaklumkan dengan sewajarnya tentang perkembangan terkini dan menyelesaikan situasi tersebut mengikut Kod Etika ini.

1.19 Perwakilan kepada dan Penyeliaan Orang Bawahan.

(a) 'Coach' dibenarkan mewakilkan kepada pekerja mereka yang hanya membantu tanggungjawab yang boleh diharapkan oleh orang tersebut secara munasabah untuk melaksanakan tugas-tugas dengan cekap, berdasarkan pendidikan, latihan, atau

© 2007 International Association of Coaching ®

pengalaman mereka, sama ada secara bebas atau dengan tahap penyeliaan sesuai yang disediakan.

(b) 'Coach' mestilah menyediakan latihan dan penyeliaan yang sewajarnya kepada pekerja mereka dan mengambil langkah yang munasabah untuk memastikan bahawa orang tersebut akan melaksanakan perkhidmatan secara bertanggungjawab, cekap dan beretika.

1.20 Pengurusan Rekod dan Maklumat.

(a) 'Coach' dibenarkan mencipta, menyelenggara, menyebarkan, menyimpan dan melupuskan rekod serta data yang berkaitan dengan amalan mereka dan kerja-kerja lain mengikut undang-undang negara di mana mereka berlatih dan dengan cara yang selari dengan pematuhan dengan keperluan Kod Etika ini.

(b) 'Coach' adalah disyorkan untuk mendokumentasikan kerja-kerja mereka dengan sewajarnya untuk memudahkan penyediaan perkhidmatan kemudian oleh mereka atau oleh ahli-ahli profesional lain, untuk memastikan akauntabiliti dan untuk memenuhi keperluan undang-undang lain negara mereka.

1.21 Yuran dan Pengaturan Kewangan.

(a) Seawal yang boleh dilaksanakan dalam perhubungan profesional, 'Coach' dan pelanggan atau penerima lain perkhidmatan bimbingan yang sesuai mestilah mencapai persetujuan tentang pampasan dan pengaturan pengebilan.

(b) 'Coach' dilarang mengeksploitasi penerima perkhidmatan atau pembayar berkenaan dengan yuran mahupun 'Coach' menyalahgambarkan yuran mereka.

(c) Jika terdapat had pada perkhidmatan yang mana boleh dijangkakan kerana batasan dalam pembiayaan, perkara ini mestilah diperbincangkan dengan pelanggan atau penerima perkhidmatan sesuai yang lain seawal yang mungkin.

(d) Jika pelanggan, atau penerima perkhidmatan lain tidak membayar perkhidmatan seperti yang dipersetujui dan jika 'Coach' ingin menggunakan agensi pemungutan atau mengambil langkah undang-undang untuk mengutip yuran, 'Coach' terlebih dahulu perlulah memberitahu individu atau kumpulan entiti itu bahawa langkah sedemikian akan diambil dan memberi mereka peluang untuk membuat pembayaran segera.

1.22 Ketepatan dalam Laporan kepada Pembayar.

Dalam laporan mereka kepada pembayar untuk perkhidmatan, 'Coach' mestilah menyatakan dengan tepat dan jelas tentang jenis perkhidmatan yang diberikan, yuran dan/atau semua caj-caj berkaitan yang lain.

1.23 Yuran Rujukan.

Apabila 'Coach' membayar, menerima bayaran daripada, atau membahagikan yuran dengan ahli-ahli profesional lain selain dalam hubungan majikan-pekerja, bayaran kepada setiap satu adalah berdasarkan perkhidmatan (rujukan, perundingan, pentadbiran atau

© 2007 International Association of Coaching ®

lain-lain) yang disediakan, dan mestilah dipersetujui secara bertulis sebelum memulakan ikatan.

2. Pengiklanan/Penyata Awam

2.01 Definisi

Pengiklanan / Kenyataan Awam merujuk kepada sebarang dokumen bertulis atau kenyataan lisan yang disediakan secara terbuka oleh 'Coach' (seperti risalah, artikel, ucapan atau resume profesional) yang berkaitan dengan bimbingan.

2.02 Kenyataan oleh Orang Lain.

'Coach' mestilah memahami bahawa orang lain mungkin terlibat dalam membuat kenyataan umum tentang mereka, sama ada diminta secara khusus untuk berbuat demikian atau tidak. 'Coach' mestilah berusaha sedaya upaya untuk memastikan sebarang kenyataan awam sedemikian adalah benar dan tidak mengelirukan.

2.03 Mengelakkan Kenyataan Palsu.

'Coach' mestilah bersetuju untuk tidak membuat sebarang kenyataan awam yang palsu dalam apa jua keadaan. Contoh kenyataan sedemikian termasuk latihan atau pengalaman 'Coach' serta yuran yang mereka kenakan.

3. Hubungan Ke'Coach'an

3.01 Menstrukturkan Perhubungan.

(a) 'Coach' mestilah menerangkan struktur yuran mereka sebelum sesi bimbingan berbayar pertama dengan pelanggan.

(b) 'Coach' mestilah bersetuju untuk mengemukakan dan membincangkan topik penting seawal mungkin dalam perhubungan bimbingan.

Contoh topik sedemikian ialah kerahsiaan (Lihat juga Piawaian 4.01, Membincangkan Had Kerahsiaan.)

(c) 'Coach' mestilah bersetuju untuk merujuk pelanggan kepada ahli-ahli profesional lain apabila sesuai dan relevan. 'Coach' juga akan merujuk klien kepada kaunselor, ahli terapi atau pakar psikiatri secepat mungkin sekiranya mereka melihat atau mendengar sesuatu masalah yang mungkin memerlukan rawatan kesihatan mental.

(d) 'Coach' mestilah berusaha untuk menjawab soalan pelanggan dan menangani kemusykilan mereka tentang bimbingan secepat mungkin.

Apabila perlu, 'Coach' mestilah memberi maklumat bertulis untuk menangani perkara-perkara khusus tentang bimbingan.

© 2007 International Association of Coaching ®

3.02 Keselamatan dan Kesejahteraan.

(a) Setiap 'Coach' mestilah membuat rujukan yang sewajarnya kepada ahli-ahli Profesional Kesihatan Mental atau Perkhidmatan Kecemasan pada peringkat awal untuk mengenali situasi dimana pelanggan boleh mengakibatkan risiko keselamatan atau kesejahteraan kepada diri mereka sendiri atau keselamatan dan kesejahteraan orang lain. Apabila berhadapan dengan situasi yang membahayakan, 'Coach' mestilah menghubungi Perkhidmatan Krisis Kesihatan Mental atau Perkhidmatan Kecemasan bagi pihak pelanggan.

(b) 'Coach' dilarang untuk mendiagnosis atau menilai sebarang isu kesihatan mental atau masalah khusus di mana pelanggan boleh meletakkan diri mereka atau orang lain dalam risiko, tetapi harus bertindak semata-mata berdasarkan pengalaman peribadi mereka kerana 'Coach' tidak dilatih atau diiktiraf dengan lesen khusus untuk membuat sebarang diagnosis atau penilaian.

(c) 'Coach' mestilah memberitahu pihak berkuasa yang berkenaan apabila pelanggan mendedahkan bahawa mereka telah atau berpotensi untuk memudaratkan atau membahayakan individu atau kumpulan lain. 'Coach' haruslah mencuba untuk memberitahu orang atau kumpulan yang sedang dicederakan atau terancam. 'Coach' tidak perlu membuat tanggapan sama ada sesuatu masalah kesihatan mental wujud atau tidak jika bahaya semasa atau yang akan berlaku sebenarnya telah atau akan menyalahi undang-undang.

3.03 Menyediakan Perkhidmatan Ke'Coach'an kepada Mereka yang Dilayani oleh Ahli-Ahli Profesional Kesihatan Mental.

Setiap 'Coach' mestilah memutuskan sama ada untuk menjalin hubungan ke'Coach'an dengan pelanggan yang sedang menjalani psikoterapi atau rawatan kesihatan mental yang lain. Ciri-ciri pertimbangan yang paling penting dalam membuat keputusan ini adalah tentang kebajikan pelanggan.

3.04 Keintiman Seksual Dengan Klien.

'Coach' mestilah bersetuju untuk tidak terlibat secara seksual dengan Pelanggan semasa.

3.05 Gangguan Perkhidmatan.

'Coach' mestilah mengambil usaha yang munasabah untuk membuat pengaturan lain jika terdapat sebarang gangguan perkhidmatan bimbingan.

Untuk gangguan jangka panjang (lebih daripada 1 bulan), 'Coach' digalakkan merujuk Pelanggan kepada 'Coach' lain sehingga mereka dapat menyambung kembali perkhidmatan bimbingan.

3.06 Menamatkan Hubungan Ke'Coach'an.

'Coach' mestilah bersetuju untuk menamatkan hubungan bimbingan apabila menjadi jelas bahawa pelanggan tidak lagi mendapat manfaat (atau sedang tercedera) daripada

© 2007 International Association of Coaching ®

hubungan bimbingan tersebut. Dalam menamatkan perhubungan, ‘Coach’ perlulah mencadangkan alternatif atau memberi rujukan kepada ‘Coach’ atau perkhidmatan profesional lain apabila sesuai.

4. Privasi dan Kerahsiaan

Piawaian ini merangkumi aktiviti-aktiviti profesional kesemua ‘Coach’.

4.01 Membincangkan Kerahsiaan dan Batasannya

(a) ‘Coach’ perlulah menghormati hak privasi (perihal peribadi) Pelanggan. Mereka tidak perlu meminta maklumat peribadi daripada Pelanggan melainkan ianya didapati penting untuk penyediaan perkhidmatan atau pelaksanaan penyelidikan. Piawaian kerahsiaan digunakan sebaik sahaja pendedahan berlaku.

(b) Perbincangan tentang kerahsiaan berlaku pada permulaan perhubungan profesional, melainkan jika ia dikontraindikasikan atau tidak boleh dilaksanakan, dan selepas itu hanya apabila perlu.

(c) ‘Coach’ perlulah membincangkan sifat kerahsiaan dan batasannya dengan pelanggan serta pihak lain yang berminat. ‘Coach’ juga perlu meneliti situasi dimana maklumat sulit mungkin dimohon atau didedahkan.

(d) Segala maklumat yang diperolehi semasa perkhidmatan profesional adalah sulit melainkan terdapat sebab-sebab profesional yang wajar untuk pendedahannya. ‘Coach’ akan mendedahkan maklumat sulit tanpa pelepasan khusus jika telah disahkan perlu untuk mengelakkan potensi berlakunya kemudaratan kepada pelanggan atau orang lain. Dalam semua keadaan, ‘Coach’ perlulah bertindak secara bijak dalam menangani had maklumat yang didedahkan.

4.02 Menjaga Kerahsiaan.

(a) ‘Coach’ pada asasnya perlulah berhati-hati dalam melindungi hak kerahsiaan mereka yang bekerja atau berunding dengan mereka. ‘Coach’ perlulah akur bahawa hubungan profesional, peraturan institusi dan/atau undang-undang boleh mewujudkan kerahsiaan.

(b) ‘Coach’ tidak dibenarkan memperbincangkan sebarang maklumat sulit dalam mana-mana tetapan melainkan dimana tahap privasi adalah terjamin.

(c) ‘Coach’ dibenarkan memperbincangkan maklumat-maklumat sulit hanya untuk tujuan profesional, perundingan atau saintifik yang sesuai dan hanya dengan orang-orang yang tertentu yang jelas prihatin dengan perkara tersebut.

(d) Dalam urusan mereka dengan orang ramai dan media (termasuk pembentangan profesional dan penulisan) ‘Coach’ perlulah berhati-hati dalam menjaga kerahsiaan Pelanggan mereka. Selain itu, ‘Coach’ akan menyamarkan maklumat sulit supaya Pelanggan tidak dapat dikenal pasti secara individu. ‘Coach’ hanya akan mendedahkan maklumat sulit jika Pelanggan atau individu memberi kuasa secara sah dan memberi kebenaran bertulis secara nyata.

© 2007 International Association of Coaching ®

(e) Dalam kapasiti perundingan, ‘Coach’ tidak dibenarkan berkongsi maklumat sulit yang boleh membawa kepada pengenalan Pelanggan yang mempunyai hubungan sulit dengan mereka. ‘Coach’ hanya boleh berkongsi maklumat ini jika mereka telah mendapat kebenaran Pelanggan terlebih dahulu atau jika pendedahan itu tidak dapat dielakkan.

Tambahan pula, ‘Coach’ boleh berkongsi maklumat hanya setakat yang diperlukan untuk mencapai tujuan perundingan.

(f) ‘Coach’ mestilah mengambil langkah berjaga-jaga yang logik untuk melindungi kerahsiaan Pelanggan sekiranya ‘Coach’ berhenti berkhidmat, disahkan hilang upaya atau meninggal dunia.

(g) ‘Coach’ mestilah melindungi kerahsiaan pelanggan mereka yang telah meninggal dunia mengikut Kod Etika ini.

4.03 Pengurusan Rekod dan Maklumat.

(a) ‘Coach’ mestilah mengekalkan kerahsiaan apabila mencipta, menyimpan, membuat penilaian, memindahkan dan melupuskan rekod di bawah kuasa mereka mengikut Kod Etika dan undang-undang negara mereka.

(b) ‘Coach’ mestilah mengambil langkah berjaga-jaga untuk memastikan dan mengekalkan kerahsiaan maklumat yang disampaikan melalui penggunaan telefon, mel suara, komputer, e-mel, pemesejan segera, mesin faksimili dan sumber-sumber teknologi maklumat yang lain.

(c) ‘Coach’ mestilah mengambil langkah-langkah praktikal dan sah untuk memastikan rekod kekal tersedia bagi memenuhi kepentingan Pelanggan yang terbaik.

4.04 Pendedahan.

(a) Melainkan dilarang oleh undang-undang, ‘Coach’ hanya dibenarkan mendedahkan maklumat sulit jika Pelanggan atau orang-orang berkenaan yang diberi kuasa secara sah untuk memberi kebenaran bagi pihak Pelanggan telah memberikan kebenaran bertulis yang nyata.

(b) ‘Coach’ dibenarkan untuk mendedahkan maklumat sulit tanpa kebenaran Pelanggan hanya seperti yang diamanatkan atau dibenarkan oleh undang-undang.

(c) Apabila perlu, ‘Coach’ dibenarkan memberitahu pelanggan tentang pendedahan maklumat sulit dan kemungkinan kesan yang merumitkan sebelum pendedahan dibuat.

(d) ‘Coach’ hanya dibenarkan membuat pendedahan maklumat sulit kepada pembayar pihak ketiga dengan kebenaran bertulis yang sewajarnya.

(e) ‘Coach’ perlu membuat pendedahan maklumat sulit tertentu seperti yang dikehendaki oleh undang-undang atau sekiranya maklumat sulit itu boleh meletakkan pelanggan atau orang-orang lain pada risiko berbahaya dan menjejaskan kesejahteraan mereka.

5. Latihan Ke’Coach’an

© 2007 International Association of Coaching ®

5.01 Reka Bentuk Program Latihan.

'Coach' yang melatih 'Coach'-'Coach' lain mestilah melakukan yang terbaik untuk memastikan program latihan mereka dijalankan dengan sebaik-baiknya dan akan memberikan bahan latihan yang mereka perlukan.

5.02 Penerangan Program Latihan.

'Coach' yang melatih 'Coach'-'Coach' lain tidak boleh mengelirukan orang lain tentang latihan yang mereka tawarkan.

5.03 Etika semasa Latihan.

'Coach' yang melatih 'Coach'-'Coach' lain perlulah memastikan bahawa mereka dimaklumkan tentang Kod Etika ini apabila berkenaan dan akan mematuhinya semasa proses latihan.

5.04 Had Latihan.

'Coach' mestilah bersetuju untuk melihat batas kemampuan mereka sendiri dalam melatih 'Coach'-'Coach' lain dan dalam keadaan sedemikian apabila mereka merasa tidak cukup berpengalaman untuk melatih 'Coach'-'Coach' lain dalam bidang atau teknik-teknik tertentu, mereka akan merujuk pelatih kepada 'Coach' atau program latihan lain yang lebih sesuai.

6. Penyelidikan dan Penerbitan Ke'Coach'an

6.01 Perancangan Penyelidikan.

(a) 'Coach' yang menjalankan penyelidikan perlu lah merekabentuk dan menjalankan penyelidikan dalam piawaian saintifik yang telah diiktiraf.

(b) Penyelidikan bimbingan perlulah dirancang untuk menghapuskan kemungkinan keputusan mengelirukan daripada data yang dikumpul.

(c) 'Coach' yang menjalankan penyelidikan perlulah mempunyai kecekapan untuk berbuat demikian atau dibimbing oleh ahli-ahli profesional saintifik lain yang mempunyai kecekapan menyelia penyelidikan.

(d) Penyelidikan perlulah dijalankan dengan mematuhi semua undang-undang di negara tempat penyelidikan dijalankan.

6.02 Menjalankan Penyelidikan

(a) Kelulusan atau persetujuan daripada peserta penyelidikan atau organisasi penganjur akan diperolehi, kecuali (b) di bawah adalah benar.
(b) Kelulusan atau persetujuan daripada peserta penyelidikan atau organisasi penganjur tidak diperlukan hanya dalam kes khas, seperti penyelidikan dengan soal selidik tanpa nama atau pemerhatian naturalistik.

© 2007 International Association of Coaching ®

(c) Peserta akan dimaklumkan tentang penyelidikan dan jangkaan penggunaannya dalam Bahasa yang boleh difahami oleh orang awam.
(d) Di mana berkaitan, peserta penyelidikan akan dilindungi dengan sewajarnya daripada kesan buruk penyertaan dalam penyelidikan, termasuk (tetapi tidak terhad kepada) akibat berpotensi penarikan diri daripada penyelidikan.
(e) Jika dorongan ditawarkan kepada peserta penyelidikan, dorongan tersebut tidak akan berlebihan atau tidak sesuai.

6.03 Pelaporan Hasil Penyelidikan

Apabila hasil penyelidikan telah tersedia, 'Coach' tidak akan memalsukan atau mengada-adakan hasilnya. Selanjutnya, jika kesilapan ketara ditemui pada masa hadapan, percubaan yang sesuai akan dibuat untuk membetulkan keputusan terdahulu.

Perkara tersebut digunakan untuk semua penerbitan 'Coach'.

6.04 Plagiarisme

'Coach' tidak boleh meniru penyelidikan atau data orang lain tanpa kebenaran bertulis daripada pengasas.

6.05 Kredit Penerbitan

'Coach' bertanggungjawab dan mengambil kredit hanya untuk kerja mereka sendiri.

6.06 Penyemak Profesional

'Coach' yang menyemak bahan secara professional sebelum penerbitan perlulah menghormati kerahsiaan karya dan mengkreditkan penerbitan kepada pengarang yang telah menyerahkan bahan.

© 2007 International Association of Coaching ®

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 ®

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 ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

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

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 ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

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

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 ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#4 Meneliti perkara berdasarkan situasi semasa.**		
Definisi: 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	Kesan: 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.	Elemen Utama: 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'.	Perbezaan: - Respon dari kesedaran vs Reaksi lazim - Sini dan Sekarang vs Masa Silam dan Masa Depan - Lali vs Peka

© 2007 International Association of Coaching ®

		5. ‘Coach’ memberikan peluang kepada pelanggan untuk memproses pandangan dan respon mereka.	

© 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.	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.

© 2007 International Association of Coaching ®

12. Mengganggu untuk mengembalikan focus pelanggan apabila perlu (contoh: pelanggan asyik memceritakan sesuatu yang tidak relevan)		9. 'Coach' secara efektif menggunakan hubungan bimbingan, dan sesi itu sendiri sebagai alat bantu bimbingan.

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#5 Penyataan.**		
Definisi: Penumpuan dan kesedaran terhadap bagaimana 'Coach' berkomunikasi mengenai komitmen, halatuju, keinginan dan ide – serta keberkesanan komunikasi tersebut.	Kesan: 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'.	Elemen Utama: 1. Hormat 2. Perhatian 3. Mesra Pelanggan 4. Kejelasan 5. Kesesuaian	Perbezaan: - 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 ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#6 Memperjelaskan**

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 o Sumber vs Simptom o Mudah vs Rumit o 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.	• Isu-isu yang paling penting untuk pelanggan harus dikenal pasti dan dinyatakan. • Pelanggan merasa difahami. • Tenaga pelanggan meningkat. • 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. • Kesedaran diri pelanggan telah meningkat, atau boleh melihat mereka dari sudut perspektif yang baru.

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

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

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 ®

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.	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 ®

10. Menggalakkan pelanggan untuk meneroka segala kemungkinan yang ada.		

© 2007 International Association of Coaching ®

Nota:	Nota:	Nota:

© 2007 International Association of Coaching ®

Markah:	**#9 Membantu pelanggan mewujud dan menggunakan sistem dan struktur sokongan**		
Definisi: Membantu pelanggan mengenalpasti dan mewujudkan hubungan, peralatan, sistem dan struktur yang diperlukan untuk merintis dan mengekalkan kemajuan	Kesan: Pelanggan lebih yakin dan terjamin dalam memajukan diri, mengetahui bahawa sumber itu sentiasa ada atau boleh diciptakan.	Elemen Utama: 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.	Perbezaan: - Struktur sokongan vs Proses yang membataskan. - Komplimentari vs Penduaan - Meningkatkan vs Membesarkan

© 2007 International Association of Coaching ®

Perlakuan Efektif:

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.

Perlakuan Tidak Efektif:

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.

Tindakan:

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 ®

© 2007 International Association of Coaching ®