# IAC Coaching Masteries™ FOGLIO NOTE

**Coach: _____ Cliente: _____ Data: _____ Punteggio totale: _____**

| **Punto:** | **#1 Stabilire e mantenere una relazione di fiducia** | | |
|---|---|---|---|
| **Definizione**<br>Assicurare uno spazio sicuro e una relazione di supporto per aiutare la persona a crescere, scoprire, trasformarsi. | **Effetti**<br>• Il cliente è disponibile a condividere e a ricevere<br>• Il cliente percepisce che il coach lo sostiene<br>• Il cliente considera la crescita e la trasformazione gestibili | **Elementi chiave**<br>1. Rispetto e accettazione reciproca<br>2. Sicurezza e rassicurazione<br>3. Sicurezza del cliente nel manifestare i propri timori più profondi senza sentirsi giudicato | **Distinzioni**<br>• **Collaborativo vs. Cooperativo**<br>**Accettazione e Supporto vs. Tolleranza**<br>• **Sicuro di sé vs. Autoritario** |
| **Comportamenti Efficaci**<br>**Il Coach:**<br>1. Usa l'ascolto attivo<br>2. E' a contatto con la propria umanità e i propri limiti<br>3. E' attento ai segnali di timore e/o dubbio<br>4. Rassicura il cliente circa la gestibilità dell'ansia, dei dubbi e dei timori riguardanti il cambiamento<br>5. Usa domande per scoprire speranze e sogni non realizzati<br>6. Pone domande esplorative e sfidanti alle quali il cliente risponde apertamente<br>7. Facilita/stimola spunti per domande più precise | **Comportamenti inefficaci**<br>**Il Coach:**<br>1. Fa domande inefficaci come quelle di tipo chiuso o direttivo<br>2. Non dà spazio a ciò che il cliente suggerisce<br>3. Limita e/o scoraggia il cliente nell'esplorare le possibilità più ambiziose<br>4. Cerca di avere un aspetto "di successo" o di piacere al cliente<br>5. Impone opinioni<br>6. Esprime o implica giudizi | **Indicatori di efficacia**<br>1. Il cliente vuole condividere interessi e timori<br>2. Il cliente risponde positivamente a domande e osservazioni che lo mettono in gioco<br>3. Il cliente condivide le ambizioni e i sogni più audaci<br>4. Il coach riconosce i propri limiti quando è il caso<br>5. Il cliente si sente libero di esprimere emozioni<br>6. Il cliente è ricettivo al coach |
| **Appunti:** | **Appunti:** | **Appunti:** | |
| **Punto:** | **#2 Percepire, affermare ed espandere il potenziale del cliente** | | |

© 2007 International Association of Coaching ®

| **Definizione** | **Effetti** | **Elementi chiave** | **Distinzioni** |
|---|---|---|---|
| Il coach riconosce e aiuta il cliente nell'essere consapevole e nell'apprezzare i propri punti di forza e il suo potenziale. | • Il cliente apprezza maggiormente le proprie capacità e il proprio potenziale.<br>• Il cliente è più desideroso di intraprendere azioni che vanno oltre i propri schemi attuali/di riferimento. | 1. Empatia col cliente<br>2. Esplorazione di uno spettro di possibilità più ampio<br>3. Incoraggiamento e rinforzo del cliente<br>4. Sfida alle convinzioni limitanti | • Credere vs. Giudicare<br>• Abilitare vs. Spingere<br>• Espandere vs. Strappare |

| **Comportamenti Efficaci Il coach:** | **Comportamenti Inefficaci Il coach:** | **Indicatori di efficacia** |
|---|---|---|
| 1. Dà incoraggiamenti sinceri<br>2. Esprime fiducia nel potenziale del cliente<br>3. Dichiara il suo impegno verso il successo del cliente<br>4. Offre positivi feedback specifici rispetto ai comportamenti e alle performance del cliente<br>5. Fa sì che il cliente resti in contatto con le sue capacità, i suoi punti di forza e talenti, le sue conoscenze ed esperienze<br>6. Suscita ed evoca il più grande potenziale del cliente<br>7. Usa i desideri del cliente come àncora per un risultato duraturo | 1. Fa il tifo<br>2. Accetta – invece di essere incuriosito da- ciò che percepisce circa i presupposti, le limitazioni e gli ostacoli del cliente<br>3. Mette il cliente in una situazione di sfida che va oltre le sue capacità, con l'effetto di scoraggiarlo<br>4. Riempie la sua "agenda" di obiettivi personali fingendo che sia supporto al cliente<br>5. Manipola il cliente<br>6. Fa gli stessi errori del cliente<br>7. Crea dipendenza nel cliente | 1. Il cliente non è più riluttante, ma è invece attivato e coinvolto nell'andare oltre, discutendo come riuscirci e pianificando azioni<br>2. Il coach quando è opportuno incoraggia da parte del cliente più azioni che lo facciano uscire dall'area di comfort<br>3. Il cliente si sente rafforzato e accetta di assumersi responsabilità<br>4. Il cliente è motivato all'azione e a eseguire i compiti assegnati dal coach<br>5. Il coach riesce a suscitare ed evocare il più grande potenziale del cliente<br>6. Il cliente riconosce il proprio potenziale<br>7. Il cliente si sente approvato e compreso |
| **Appunti:** | **Appunti:** | **Appunti:** |

| **Punto:** | **#3 Ascoltare analiticamente** |
|---|---|

© 2007 International Association of Coaching ®

| Definizione | Effetti | Elementi chiave | Distinzioni |
|---|---|---|---|
| Dare piena attenzione a parole, sfumature, segnali non verbali nella comunicazione del cliente, e riuscire a essere più profondamente consapevoli riguardo a esso, ascoltando "oltre" ciò che egli riesce concretamente a verbalizzare. | • Il cliente si sente compreso e approvato – non giudicato<br>• Il cliente comunica in modo più fluido, e positivo | 1. Il coach è focalizzato su ciò che il cliente esprime<br>2. Il coach capta informazioni che vanno oltre rispetto a ciò che il cliente verbalizza | • Ascoltare vs. Ascoltare qualcuno/qualcosa<br>• Essere consapevoli vs. proporre<br>• Elicitare vs. condurre |

| Comportamenti efficaci | Comportamenti inefficaci | Indicatori di efficacia |
|---|---|---|
| **Il coach:**<br>1. Sta in silenzio o stimola il cliente per dargli l'opportunità di riflettere o rispondere<br>2. Nota le sfumature nella comunicazione del cliente<br>3. Conferma la comunicazione del cliente, dandogli l'opportunità di rivedere ciò che ha appena detto | **Il coach:**<br>1. Interrompe il cliente o si sovrappone a ciò che dice<br>2. Non dà spazio al silenzio produttivo (come per esempio mettersi immediatamente a parlare non appena il cliente finisce il suo discorso)<br>3. Si perdono gli aspetti più profondi della comunicazione del cliente<br>4. Rigetta elementi che potrebbero essere importanti<br>5. Usa un approccio generico e con luoghi comuni | 1. Il tono del cliente e il suo flusso di idee diventano più aperti e fluidi<br>2. Il cliente ha un tempo adeguato per elaborare pensieri e scoperte<br>3. Il coach conferma in modo appropriato i messaggi non verbali del cliente<br>4. Il cliente conferma ciò che il coach osserva rispetto ai suoi messaggi non verbali<br>5. Il coach usa il silenzio al momento giusto e per un tempo appropriato<br>6. Il coach non cerca di condurre il cliente in qualche particolare direzione |
| **Appunti:** | **Appunti:** | **Appunti:** |

| Punto: | #4 Lavorare nel presente |
|---|---|

© 2007 International Association of Coaching ®

**Definizione**

Il coach è attento al cliente, elaborando l'informazione a livello mentale, corporeo, emotivo e/o spirituale nel modo più appropriato. Il coach, nei modi e nei momenti più opportuni, espande la consapevolezza del cliente sui suoi modi per esperire pensieri e problemi a questi differenti livelli .

**Effetti**

- Il cliente è libero di esprimersi e ingaggiarsi rispetto alla realtà del momento presente
- Il cliente è sgombro da preoccupazioni e ansie concernenti il passato o il futuro
- Il cliente beneficia a ogni livello delle intuizioni e del supporto del coach
- Il coach è estremamente sintonizzato con i messaggi più sottili che gli arrivano dal cliente

**Elementi chiave**

1. Il coach ha una consapevolezza olistica e simultanea di ciò che il cliente gli comunica a ogni livello
2. Il coach è abile a discernere se la comunicazione del cliente riguarda il passato, il presente o il futuro
3. Il coach consente al cliente di elaborare e chiarire le domande e i commenti del coach stesso
4. Il coach consente al cliente di elaborare i propri pensieri e risposte.

**Distinzioni**

- Risposte dalla consapevolezza vs. Reazioni condizionate
- Qui e ora vs. Passato o futuro
- Sintonia vs. vigilanza

**Comportamenti efficaci**

**Il coach:**

1. Condivide ciò che nota, realizza o sente quando ciò può servire al cliente
2. Resta aperto al punto di vista del cliente
3. Mantiene le connessioni mentre nota i temi e i pattern
4. Fa domande e pone osservazioni ai differenti livelli in modo appropriato
5. Struttura momenti di silenzio a beneficio sia personale sia del cliente, per captare modi più sottili per ampliare la conoscenza
6. Fa il punto col cliente circa i suoi (del cliente) pensieri, sentimenti o intuizioni
7. Controlla assieme al cliente il suo (del cliente) vissuto corporeo, se ciò è appropriato al tipo di cliente
8. Espande la consapevolezza del cliente ai differenti livelli
9. Condivide agilmente intuizioni e teorie
10. Offre al cliente possibili strade per esplorare la propria "conoscenza interiore" e per usare il corpo come sorgente di saggezza e riferimenti per prendere decisioni
11. Interrompe, se è il caso, il cliente (ad esempio quando lo vede coinvolto in un racconto su questioni estranee al contesto)

**Comportamenti inefficaci**

**Il coach:**

1. **N**on s'ingaggia col cliente al livello di coaching di cui lui ha necessità
2. Condivide cose che sono ovviamente irrilevanti o controproducenti
3. Cerca di imporre il proprio punto di vista o le proprie scadenze in agenda
4. Non prende in considerazione né gestisce i comportamenti controproducenti che possono ricorrere nelle sessioni di coaching

**Indicatori di efficacia**

1. **I**l coach dimostra di essere consapevole delle espressioni del cliente ai diversi livelli in modo appropriato
2. Il coach si muove agilmente ed è a suo agio nel processo di coaching
3. Coach e cliente apprezzano e gradiscono i momenti di quiete durante le conversazioni
4. Il coach ha bene in mente sia gli obiettivi sia i bisogni del cliente
5. Il coach aiuta il cliente nel modo più opportuno a rendere concreto ed esprimere il suo punto di vista ai differenti livelli di mente, corpo, spirito
6. Il coach condivide il proprio punto di vista senza tentare di convincere il cliente a farlo suo
7. Il coach aiuta il cliente a modellare il valore di espandere il proprio livello di consapevolezza

© 2007 International Association of Coaching ®

| Appunti: | Appunti: | Appunti: |
| --- | --- | --- |
| | | |

© 2007 International Association of Coaching ®

| **Punto:** | **#5 Esprimere** |
|---|---|

**Definizione**
Esprimere è il modo in cui il coach comunica impegno, direzione, intenzione e idee .

**Effetti**
1. L'interazione di coaching è facilitata dalla tranquillità e dalla fiducia del cliente
2. Il cliente è aperto alla comprensione e discussione di qualsiasi comunicazione proveniente dal coach

**Elementi chiave**
- Rispetto
- Attenzione
- Focalizzazione sul cliente
- Chiarezza
- Appropriatezza

**Distinzioni**  Comunicazione "per" il cliente vs.
"al" cliente
- E' preferito il "come" della comunicazione vs. il "cosa"
- (come il coach trasmette supporto e incoraggiamento invece di usare solo delle parole)

**Comportamenti efficaci**
**Il coach:**
1. Mantiene il focus e l'attenzione sul cliente
2. Costruisce e mantiene il rapport attraverso una comunicazione su misura
3. Usa abilità verbali e non verbali
4. Parla in modo attento, chiaro ed essenziale
5. Parla direttamente, restando però sensibile all'umore del cliente e alle circostanze
6. Facilita le acquisizioni del cliente, le sue aperture e le sue espressioni emotive
7. Usa ritmo ed energia in modo efficace

**Comportamenti inefficaci**
**Il coach:**
1. E' assorto nel suo schema (è troppo concentrato su se stesso anziché sul cliente, non è presente del tutto o non si coinvolge, oppure interrompe in modo inappropriato)
2. Usa un ritmo di espressione non allineato al livello energetico della sessione (ad esempio correndo o ritardando)
3. Non riesce ad arrivare al punto (ad esempio è troppo verboso, usa termini, metafore e riferimenti che il cliente non può capire oppure che non sono pertinenti)
4. Comunica in modo non autentico o incongruente con il linguaggio e il tono del cliente
5. Usa manierismi verbali non appropriati

**Indicatori di efficacia**
1. Lo scambio fra coach e cliente è fluido e/o espansivo
2. La comunicazione del coach diventa un trampolino del cliente per esprimersi più apertamente e ottenere risultati positivi

**Appunti:**

**Appunti:**

**Appunti:**

© 2007 International Association of Coaching ®

| **Punto:** | **#6 Chiarire** |
|---|---|

**Definizione**
Ridurre/eliminare confusione o incertezze; aumentare la comprensione e la sicurezza del cliente

**Effetti**
1. Il cliente e il coach avanzano lungo un percorso più diretto
2. Le possibilità aumentano
3. Le incertezze diminuiscono
4. Ciò che è sconosciuto viene rivelato

**Elementi chiave**
1. La questione nodale viene identificata rispettando nello stesso tempo le preferenze e le limitazioni del cliente
2. Nessun giudizio da parte del coach. Nessuna guida verso una particolare destinazione.
3. Identificazione dei valori e bisogni fondamentali
4. Facilitazione dell'allineamento di intenzioni, visione e missione
5. Individuazione degli elementi che bloccano il progresso

**Distinzioni**
- Origine vs. Sintomi
- Semplicità vs. Complessità
- Discernimento vs. Risoluzione

**Comportamenti efficaci**
**Il coach:**
1. Fa o condivide distinzioni
2. Fa domande del tipo "sia/sia, o/o"
3. Si collega a qualcosa di cui il cliente ha già conoscenza o esperienza
4. Identifica pattern
5. Fa domande aperte
6. Fa affermazioni che aumentano la comprensione del cliente
7. Rispecchia o parafrasa
8. Dichiara ciò che viene percepito

**Comportamenti inefficaci** Il coach:
1. Costruisce supposizioni
2. Si fa sommergere/ E' risucchiato dal caos e dalla confusione del cliente
3. Fa domande direttive
4. Fa domande chiuse
5. Non fa domande
6. (Già indicato nelle Masteries #1 e #4) Non affronta un tema che il cliente sta chiaramente evitando o minimizzando
7. Perde o ignora ciò che è più importante

**Indicatori di efficacia**
1. L'energia del cliente aumenta
2. L'ottica del cliente rispetto alla situazione si sposta su:
3. Accrescere il focus
4. Ridurre l'incertezza e la confusione
5. Rivelare ciò che è sconosciuto
6. Includere nuove possibilità
7. Il cliente ha accresciuto la propria autoconsapevolezza o può vedersi da una nuova prospettiva

© 2007 International Association of Coaching ®

| Appunti: | Appunti: | Appunti: |
| --- | --- | --- |
| | | |

© 2007 International Association of Coaching ®

| **Punto:** | **#7 Aiutare il cliente a elaborare e mantenere propositi ben definiti** |
|---|---|

**Definizione**

Il coach mantiene il cliente focalizzato e impegnato verso gli obiettivi desiderati

**Effetti**

1. Il cliente si sente capace
2. Il cliente ha idee chiare circa ciò che vuole acquisire o trasformare
3. Il cliente è ispirato dalle possibilità
4. Il cliente procede con piena determinazione

**Elementi chiave**

1. Le intenzioni e gli obiettivi del cliente vengono indagati
2. Il tempo viene speso su ciò che è più importante
3. La direzione dei progressi viene chiarita
4. Il processo e gli obiettivi sono periodicamente rivisti, rivisitati e/o festeggiati

**Distinzioni**

- Trasformare vs. Cambiare

**Comportamenti efficaci**

**Il coach:**

1. Chiarisce in continuazione le intenzioni del cliente
2. Percepisce ciò cui il cliente tiene
3. Fa domande che rivelano le intenzioni del cliente
4. Riporta il cliente a ciò che conta / è importante
5. Riformula le intenzioni del cliente in una forma che le valorizza
6. Rispetta gli obiettivi e le preferenze del cliente
7. Mette a disposizione risorse che ampliano le capacità chiarificatrici del cliente (come modelli, strumenti, libri, assessment…)
8. Percepisce o indaga, e risponde al bisogno di cambiamento e ai desideri del cliente

**Comportamenti inefficaci**

**Il coach:**

1. Continua a spingere il cliente verso obiettivi prestabiliti, anche se questi non sono più rilevanti
2. Procede, anche se le intenzioni non sono sufficientemente chiare
3. Ha bisogno che il cliente segua la sua (del coach) agenda o metodologia
4. Anticipa/interpreta il cliente
5. Segue le digressioni del cliente che allontanano dagli obiettivi stabiliti

**Indicatori di efficacia**

1. Il cliente è più entusiasta rispetto al futuro
2. Il cliente è più entusiasta anche rispetto al presente
3. Il cliente è d'accordo nell'assumersi più responsabilità
4. Il cliente realizza qualcosa che rimuove un ostacolo mentale
5. Il cliente è coinvolto ed entusiasta riguardo alla nuova direzione
6. Errori comuni che i coach commettono

© 2007 International Association of Coaching ®

| Appunti: | Appunti: | Appunti: |
|---|---|---|
| | | |

| Punto: | #8 Agevolare/stimolare le possibilità | | |
|---|---|---|---|
| **Definizione**<br>Creazione di un contesto che consente l'emergere di idee, opzioni e opportunità | **Effetti**<br>1. Il coach abilita l'espansione di pensieri e azioni<br>2. La consapevolezza del cliente è ampliata<br>3. Il coach aiuta il cliente a trascendere le barriere<br>4. Il cliente è desideroso di lasciare la propria zona di comfort 5. Il cliente ha più opzioni | **Elementi chiave**<br>1. Fiducia, apertura, curiosità, coraggio, ricognizione del potenziale<br>2. Coach e cliente comunicano attraverso l'esplorazione e la scoperta<br>3. Sono identificate possibilità "interne" (es. eccellenze personali, propositi più elevati) e possibilità "esterne" (ad es. risorse di contesto, schemi di pensiero)<br>4. Le possibilità possono essere generate dal coach, dal cliente o in collaborazione fra i due | **Distinzioni**<br>• Mente del principiante vs. Imposizione della competenza<br>• Creativo vs. Prescrittivo<br>• Espansione vs. Risoluzione |

© 2007 International Association of Coaching ®

| Comportamenti efficaci | Comportamenti inefficaci | Indicatori di efficacia |
|---|---|---|
| **Il coach:**<br>1. Usa tecniche e strumenti appropriati per creare un contesto favorevole all'espansione<br>2. Tratteggia vari scenari, circostanze e culture per espandere le opzioni del cliente<br>3. Fa domande che rafforzano il processo di scoperta<br>4. Minimizza gli effetti dei pregiudizi<br>5. Fa brainstorming col cliente<br>6. Aiuta il cliente a vedere le sue possibilità da una prospettiva più ampia<br>7. Usa la provocazione quando questa è utile per incoraggiare l'espansione del cliente<br>8. Resta aperto alla possibilità anche quando il cliente fa resistenza<br>9. Lascia che l'ignoto si presenti<br>10. Incoraggia il cliente a esplorare le opzioni più ambiziose | **Il coach:**<br>1. E' legato a un certo modo di procedere o a una particolare cornice<br>2. Ricerca un particolare risultato o risposta<br>3. Si affretta per trovare soluzioni<br>4. Accetta le limitazioni del cliente così come le percepisce<br>5. Fa domande direttive o fa troppe domande<br>6. Permette che la "storia del cliente" limiti l'esplorazione delle possibilità | 1. La conversazione si sposta su aree nuove e potenzialmente non correlate<br>2. Il cliente ha un insight che lo sorprende<br>3. Il cliente è ricettivo e riconosce l'espansione come possibile<br>4. Il coach offre nuove possibilità<br>5. Il cliente offre nuove possibilità<br>6. Il cliente esprime entusiasmo circa le nuove possibilità |
| **Appunti:** | **Appunti:** | **Appunti:** |

© 2007 International Association of Coaching ®

| Punto: | #9 Aiutare il cliente a creare e usare sistemi e strutture di supporto |
|---|---|

**Definizione**

Aiutare il cliente a identificare e precisare relazioni, strumenti, sistemi e strutture di cui egli necessita per perfezionare e sostenere il suo progresso

**Effetti**

Il cliente è fiducioso e sicuro di sé nel suo procedere, sapendo che le risorse necessarie ci sono o possono essere create

**Elementi chiave**

1. Il coach suggerisce possibili sistemi e strutture di supporto appropriati alle esigenze del cliente
2. Il coach incita il cliente a identificare ed elencare sistemi e strutture di supporto di cui in realtà dispone ma che non utilizza efficacemente
3. Il coach assiste il cliente nell'elencare le aree in cui sente di aver bisogno di particolare supporto e struttura
4. Il cliente dà valore al bisogno di sistemi di supporto adeguati

**Distinzioni**

- Strutture di supporto vs. Processi limitanti
- Complementarietà vs. Duplicazione
- Rafforzare vs. Schiacciare

**Comportamenti efficaci** Il coach:

1. Suggerisce risorse e referenze di rilievo
2. Aiuta a identificare i sistemi che possono essere necessari. Elicita feedback sulle ricerche e gli assessment del cliente e sulle possibili implementazioni di sistemi e strutture
3. E' in grado di rispondere ai suggerimenti riguardanti sistemi e strutture di supporto e complementari
4. Ricerca in modo attivo di identificare i modi migliori per espandere le capacità usando sistemi e strutture
5. Supporta il cliente nella scelta di sistemi e strutture sostenibili
6. Non è attaccato ad alcuna particolare risposta del cliente a risorse, sistemi o strutture

**Comportamenti inefficaci** Il coach:

1. Favorisce risorse, strutture o sistemi senza aver prima identificato i bisogni individuali del cliente
2. Raccomanda risorse che possono essere inadatte – per motivi finanziari, culturali, personali o di educazione- a un particolare cliente
3. Cerca di imporre al cliente le proprie preferenze in tema di strutture e sistemi
4. Sorvola sui suggerimenti del cliente riguardo sistemi o strutture possibili di supporto
5. Non offre né incoraggia sistemi e strutture quando appropriato invece al cliente
6. Non supporta attivamente il cliente nell'impiego dei sistemi e delle strutture di supporto identificate
7. Non affronta la sostenibilità dei sistemi e delle strutture di supporto identificate

**Indicatori di efficacia**

1. Il coach è creativo nell'aiutare il cliente a generare sistemi e strutture di supporto senza legarsi alle idee che propone
2. Il cliente riconosce risorse non identificate prima
3. Il cliente esprime apprezzamento per il valore di utilizzare risorse già esistenti o di crearne di nuove
4. Il cliente si assume la responsabilità di usare, trovare o creare risorse
5. Il cliente ha la consapevolezza che questo nuovo apprezzamento o senso di responsabilità legittima/rafforza/dà potere
6. Il coach affronta la sostenibilità della scelta dei sistemi e strutture di supporto.

© 2007 International Association of Coaching ®

| Appunti: | Appunti: | Appunti: |
| --- | --- | --- |
| | | |

© 2007 International Association of Coaching ®