



ВЫСШАЯ
ШКОЛА
ПСИХОЛОГИИ



МЕЖДУНАРОДНАЯ СЕРТИФИКАЦИОННАЯ ПРОГРАММА «PROFESSIONAL COACHING»

Совместный проект International Coach and Psychology Association (ICPA)
Европейской ассоциации коучинга (ECA)
при участии Высшей школы Психологии Института Психологии РАН

ВСПОМНИМ ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ



Определение коучинга

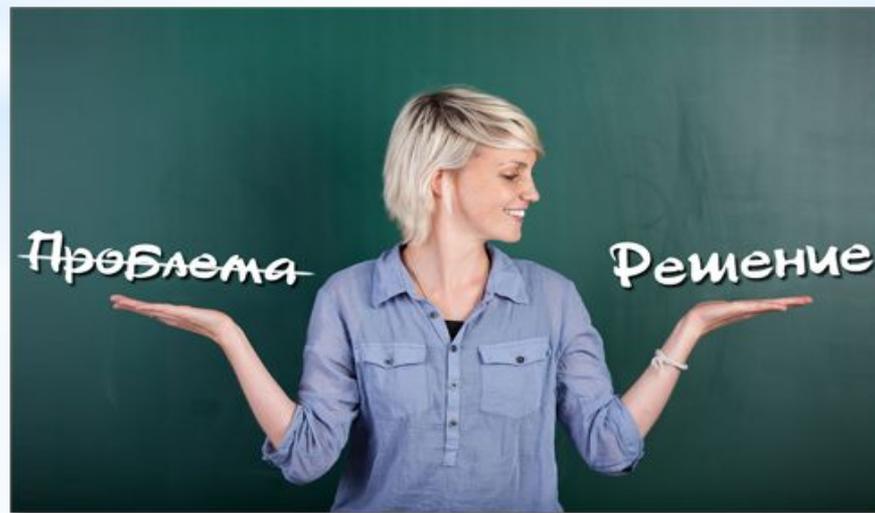
Коучинг – сопровождение клиента в его поиске решения или в поиске достижения клиентом целей. (ICPA)

Коучинг — это искусство содействовать повышению результативности, обучению и развитию человека. (Майлз Дауни (англ. Myles Downey), «Эффективный Коучинг»)



Отличие коучинга от всех видов консультирования:

Ставка на реализацию потенциала самого клиента. Коуч не дает советов, а умеет подвести человека к самостоятельным выводам и решениям.



На чем фокус внимания коуча (по Т.Голви)

Я1



Я2

- Внутренний голос, подающий команды и оценки
- Вн. критик и всезнайка
- Привычки и стереотипы мышления и поведения

- Подлинное, истинное Я
- Внутренний потенциал, способности и ресурсы
- Стремление и способность к развитию и самораскрытию



Я1 и Я2

- * В основе *Внутренней игры* лежит идея о двух частях своего «Я», где «Я1» — внутренний голос, подающий команды и высказывающий оценку. Это внутренний голос значимых для нас людей, учителей и прочих авторитетов. «Я1» характеризуется напряжением, страхом, сомнением и излишним старанием. «Я2» — целостное человеческое существо со всем его потенциалом и способностями. Оно характеризуется свободной концентрацией, радостью и доверием. «Я1» стремится контролировать «Я2» и не доверяет ему.
- * Когда интервенция, исходящая от «Я1», полностью ликвидирована, человек переходит в состояние «Я2» — неоценочное осознание, которое часто называют «поток». Именно в состоянии «потока» собственно и начинается *Внутренняя игра*.

* **ФОРМЫ «ВМЕШАТЕЛЬСТВА»:**

* Страх (проиграть, победить, выставить себя на посмешище)

* Неуверенность в себе

* Старание достичь совершенства (перфекционизм)

* Желание произвести впечатление

* Гнев

* **Потенциал** Слука минус «**вмешательство**» равняется **результативности (Майлз Дауни)**

План работы на два дня модуля:

10.00-12.00 – тренинг

12.00-12.15 – кофе-брейк

(при входе в зал)

12.15- 14.00 – тренинг

14.00-15.00 – обед

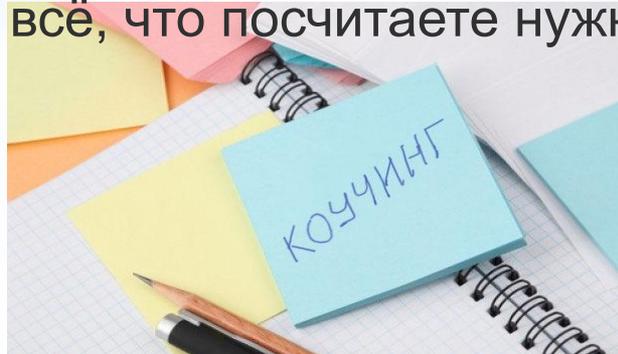
15.00-17.00 – тренинг

17.00-17.15 – кофе-брейк

17.15-19.00 (19.15) – тренинг

Организация работы на тренинге

- Необходимо держать телефоны выключенными или в виброрежиме (если надо поговорить, можно тихонько выйти)
- Вопросы задаются по поднятой руке
- Видеосъёмка будет проводиться организаторами
- Пространство программы не используется для привлечения людей в системы МЛМ и приносящие вам деньги
- До 5 модуля вы не позиционируете себя как профессиональный коуч.
- Вы можете делать всё, что посчитаете нужным ☺



КОУЧ ПОЗИЦИЯ

- * Основное в коуч-позиции - умение быть достаточно независимым от результатов клиента и эмоционально отстраненным при полной концентрации внутреннего внимания на том, что важно клиенту и на раскрытии его потенциала
- * Ответственность за все принятые решения и действия несет клиент

Необходимые условия для эффективного коучингового взаимодействия

1. Контакт, раппорт
2. Контракт
3. Ответственность клиента и его обязательства
4. Баланс поддержки и фрустрации



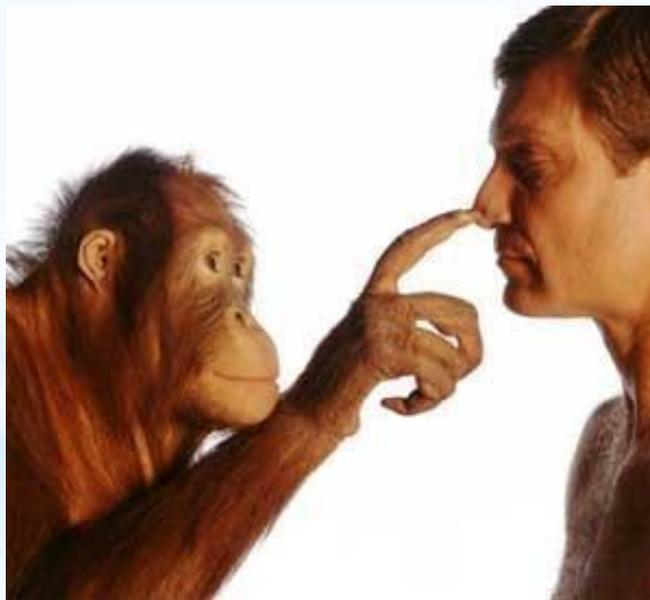
2. Контракт в коучинге

- **Контракт на время.** Сколько вы за один раз проведете часовых сессий, будут ли перерывы, если сессий несколько, за сколько минут до завершения работы вы предупредите клиента
- **Контракт на темы.** Определяется общая цель сессий, если их несколько, и тема первой сессии
- **Контракт на зоны ответственности коуча и клиента**
- **Контракт на правила взаимодействия.** Вводятся основные правила, обычно это «правило конфиденциальности», «не опаздывать», «завершать во время», «отключить мобильный телефон» и пр.

Обсуждаются также логистика, форма оплаты занятий, расписание, подключение третьих лиц, если это целесообразно и приемлемо, и др.

3. Ответственность клиента и его обязательства

Ключевой вопрос: На ком «сидит обезьяна»?



4. Баланс поддержки и фрустрации

- * **Поддержка** - это умение увидеть в результатах клиента то, что, возможно, он сам не воспринимает как достижения, умение поддержать его в тех победах, о которых он знает, и умение опираться на позитивный опыт клиента
- * **Избыток поддержки** создает опасную ситуацию, когда поддерживаемый перестаёт даже делать попытки опираться на себя
- * **Недостаток поддержки** в те времена, когда она необходима, тоже способен породить выученную беспомощность и потребность в поддержке исключительно в других людях



Ошибки коучингового взаимодействия

Переходить от вопросов к ответам и советам

Предлагать свои решения

Забывать, что реальность клиента может не совпадать с реальностью коуча, начинать общаться только из своих представлений о ситуации, из своего взгляда на мир

Много говорить и мало слушать

Начинать использовать своих клиентов для того, чтобы удовлетворять какие-то свои внутренние нужды (внимание, восхищение, обогащение, доминирование и пр.)



Ошибки коучингового взаимодействия

- Начинать воспринимать проблему клиента, как свою (не умение установить границ и увидеть собственные «слабые места»).
- Решать слишком много вопросов сразу за одну встречу-сессию.
- Слишком хотеть хороших результатов: всё и сразу. Забывать, что клиент двигается к решениям в своем темпе.
- Быть неспособным понять пользу фрустрации в сессии.
- Быть неспособным сделать коучинг стратегическим: коуч должен уметь держать во внимании все сферы жизни клиента. И если клиент, выиграв в одном, потеряет в другом, то коуч должен это отметить.

Макромодели коучинга

GROW



Goals
Что я
хочу?



Reality
Где я
сейчас?



Obstacles
Что мне
мешает?



Oppor-
tunities
Какие
есть
возмож-
ности?



Way
forward
Какие
мои
следу-
ющие
шаги?

Модель GROW

Аббревиатура *GROW* означает ключевые точки, через которые стоит провести клиента:

**Goal* – расстановка целей, определение целей на короткий и длительный срок

**Reality* – обследование текущей ситуации на реальность

**Options* – определение списка возможностей и стратегии плана действий

**Will* – намерения: что, когда, кем и ради чего будет делаться, *Way* - путь, последовательность шагов

Необходимые навыки коуча

- * Калибровать состояние клиента
- * Использовать речевые инструменты коучинга
- * Моделировать ситуации во время сессии

Речевые инструменты коучинга

- * **1. Вопросы.**

 - Выделяется пять типов вопросов

- * Модельные вопросы

- * Проверяющие предположения коуча

- * Проверяющие предположения клиента

- * Вопросы разрешения

- * Работа с картой реальности
(трансформационные вопросы)

- * **2. Обратная связь**

- * **3. Утверждения**

- * **4. Вызовы**

- * **5. Идеи (интервенции)**

Моделирование ситуации

Моделировать - это значит предложить клиенту представить себе ситуацию и «проиграть» её здесь и сейчас

- * Например: «Я - ваш начальник. Можете прямо сейчас попросить меня о повышении. Как Вы будете это делать?»
- * «Как если бы...» «Представьте себе, что Вы уже старший менеджер, как бы Вы изменили ситуацию?»

Тип клиента как возможность выхода на его ценностные критерии

Рулевые
15%

**Экспрес-
сивные**
15%

**Анали-
тики**
35%

**Друже-
любные**
35%



Микромодели коучинга

Используется при постановке целей

- * SMART

- * Т- модель. Используется при постановке целей и обследовании реальности

Используются при обследовании реальности

- * Декартовы координаты.

- * Четырехпозиционная модель.

- * SWOT - анализ.

- * Нейрологические уровни.

Микромодель SMART (Цели. Что я хочу?)

Цель SMART

S	Specific	Конкретная	Каких результатов необходимо достичь? Каковы качественные показатели и характеристики ожидаемых результатов?
M	Measurable	Измеримая	Каковы количественные показатели? Каковы их описания/размерность? Что даст мне возможность судить о достижении цели?
A	Achievable	Достижимая	Какие действия необходимо предпринять? Какова должна быть последовательность действий, каковы приоритеты? Какие усилия потребуются для достижения цели? Какие ресурсы необходимы для достижения цели?
R	Relevant	Актуальная	Является ли поставленная цель важной для достижения общего успеха?
	Realistic	Реалистичная	Может ли исполнитель достичь цели?
T	Time-framed	Определённая во времени	Когда, к какому моменту времени необходимо достичь поставленной цели? www.5starsplus.com

Цель по SMART

T- модель

Расширение

Фо
ку
си
ров
ка

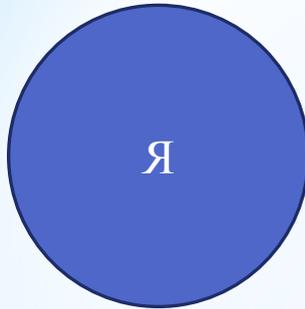


Декартовы координаты

<p>получу</p> <p>Что я получу, если не сделаю?</p>	<p>получу</p> <p>Что я получу, если сделаю?</p>
<p>не сделаю</p> <p>Что я потеряю, если не сделаю?</p>	<p>сделаю</p> <p>Что я потеряю, если сделаю?</p> <p>потеряю</p>



Четырехпозиционная модель



Микромодель «Пять ПИ (5P)»

Эта модель пришла из маркетинга и хорошо подходит для бизнес-коучинга при описании реальности

- * **Продукт (Product)** - что предлагаем: качество, преимущества, обслуживание
- * **Цена (Price)** - из чего состоит цена, скидки, какая связь цены и ценности продукта
- * **Упаковка (Package)** - приглашение выбрать именно наш продукт
- * **Продвижение (Promotion)** - комплекс продвижения: реклама, PR, стимулирование покупки продукта
- * **Распределение (Place)** - как и где продавать, месторасположение

Существует также расширенная модель «Семь ПИ (7P)», в которую добавлены:

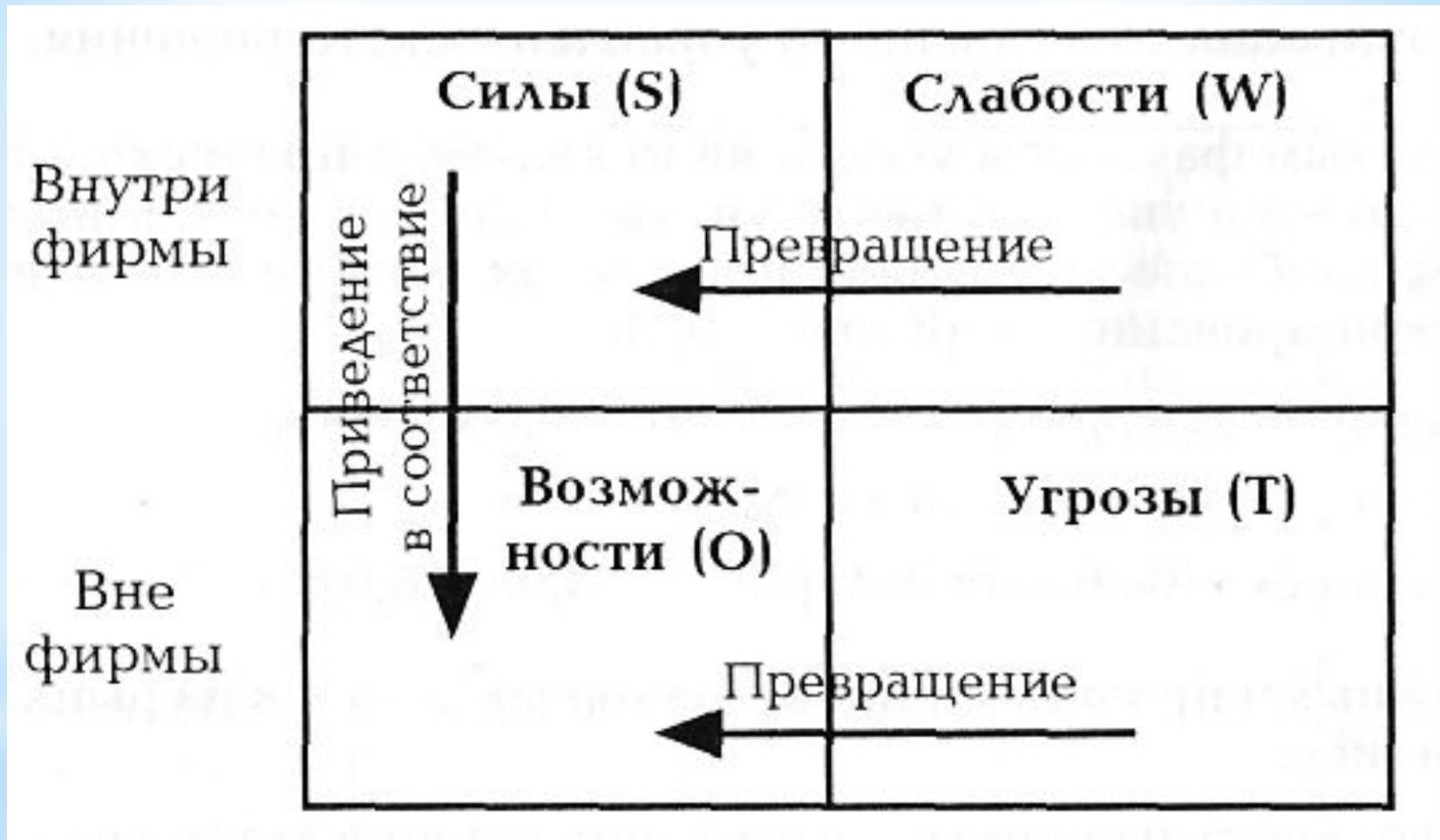
- * **Процесс (Process)** - процедуры, механизмы и последовательности действий
- * **Подтверждения (Physical evidence)** - свидетельства, сертификаты, рекомендации, отзывы клиентов. Все то, что информирует клиентов о достоинствах продукта

Микромодель «SWOT-анализ»

Метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды, организации и разделении их на четыре категории:

- *Strengths (сильные стороны)
- *Weaknesses (слабые стороны)
- *Opportunities (возможности)
- *Threats (угрозы)

Микромодель «SWOT-анализ»



«Гамбургер» - форма обратной связи о проделанной работе

- * Что **конкретно** было сделано хорошо (правильно)
- * Что улучшить/ добавить, чтобы стало еще лучше? При этом используем слова: «На мой взгляд...», «По моему мнению...», «Мне кажется, что стоит более внимательно...»
- * В конце даётся общая позитивная оценка



Параметры обратной связи

- * 1. Установление контакта. Раппорт
- * 2. Контракт
- * 3. Использование Макромоделей
- * 4. Использование Микромоделей (почему именно эти)
- * 5. Использование речевых инструментов
- * 6. Сохранялась ли Коуч - позиция
- * 7. Баланс фрустрации и поддержки
- * 8. Примерный тип клиента
- * 9. Были ли совершены ошибки и какие именно
- * 10. На ком «обезьяна»?

O-ppportunity

Возможности

Что помогает искать возможности?

- * Держим коуч-позицию (коуч может рассказывать метафоры, истории)
- * Отсутствие критики и оценки идей клиента (безопасность высказывания идей)
- * Важно поднять энергию: одобрение, поддержка (вербальная и невербальная)
- * Оперативный стресс - фрустрация
- * Стимуляторы (кофе, чай, шоколад)
- * Креативное пространство
- * Мозговой штурм

O-ppportunity модель GROW

Что можно делать со списком возможностей?

- * Объединяем возможности
- * Выстраиваем последовательность - шкалирование по степени важности/приоритетности. Что будет 1,2,3...
- * Технология выбора - возможности не возможно совместить. «Декартовы координаты».



4BRAIN_{RU}



Четыре стадии создания проекта

- * - стадия вдохновения - мы понимаем, чего хотим, чувствуем внутренний импульс и сильное желанием идти к своей цели
- * - стадия внедрения - мы разрабатываем план шагов и начинаем движение к запланированному результату
- * - стадия приверженности - мы испытываем проверку на приверженность своей мечте и движемся к цели не смотря ни на что
- * - стадия завершения или празднования - мы получаем результат, чувствуем гордость и вдохновение на новые свершения.

O-bstacles

Что может помешать

- * Внешние препятствия. Это препятствия, которые находятся вне нашего контроля: экономика, политические перевороты, стихийные бедствия, физические ограничения, болезни.
- * Внутренние препятствия. Это сомнения, страхи все то, что Д. Уитмор назвал «Вмешательствами»: Страх (проиграть, победить, выставить себя на посмешище). Неуверенность в себе. Старание достичь совершенства (перфекционизм). Желание произвести впечатление. Гнев. Скука. А также долги, отсутствие времени, денег, знаний и умений.
- * Привычные Препятствия. Это то, что присуще именно этому человеку. Они могут быть удалены только с помощью поведенческих изменений.

Матрица Эйзенхауэра

	СРОЧНЫЕ ДЕЛА	НЕСРОЧНЫЕ ДЕЛА
В А Ж Н О	I Разрешение кризисов. Неотложные задачи. Проекты, у которых подходят сроки сдачи.	II Планирование новых проектов. Оценка полученных результатов. Превентивные мероприятия. Налаживание отношений. Определение новых перспектив, альтернативных проектов.
Н Е В А Ж Н О	III Прерывания, перерывы. Некоторые телеф. звонки. Некоторые совещания. Общественная деятельность.	IV Рутинная работа. Некоторые письма. Некоторые телефонные звонки. «Пожиратели» времени. Развлечения.

GROW

WILL - намерения: что, когда, кем
и ради чего будет делаться
WAY – план действий

Вопросы:

Кто? Что? Где? Когда будешь делать?

Зачем делаешь? Ради чего делаешь?

(Связь действий с ценностями)

Ты берешь на себя ответственность? Обязательства?

Цена твоего слова?

Вызовы:

«Мне, кажется, Вы ничего делать не будете?»

«Наверное, легче оставить все по-старому...»



Базовые стратегии мотивации:

человек превращает
свои желания в действия

- * Директивная мотивация
- * Мотивация через конкретизацию
- * Мотивация по достижению позитивных ценностей
- * Мотивация от противного – что случится, если я этого не сделаю



Пять эмоций которые заставляют нас действовать

- * Страх
- * Гнев (защита от угрозы)
- * Вина, стыд
- * Раздражение
- * Позитивные ожидания



Базовые потребности по классификации Стивена Райса

- * Авторитет (или власть) - потребность влиять на других
- * Независимость - потребность полагаться только на себя
- * Любопытство - потребность получать новые знания
- * Одобрение окружающих - потребность быть принятым другими людьми
- * Порядок - потребность организовать пространство вокруг
- * Создание запасов - потребность делать накопления
- * Честь - потребность быть верным своей семье и предкам
- * Идеализм - потребность в социальной справедливости
- * Социальный контакт - потребность в компании
- * Семья - потребность растить собственных детей
- * Статус - потребность иметь высокое общ. положение
- * Сведение счетов - потребность быть победителем, мстить за обиды
- * Любовь - потребность быть красивым и заниматься сексом
- * Еда - потребность в пище
- * Физическая активность - потребность в физической

Универсальные ценности

- * Дети
- * Жизнь-смерть
- * Статус и престиж
- * Ограничение свободы (здоровье)
- * Большие деньги (у каждого свой порог)
- * Отношения мужчины и женщины
- * Отношения со значимым лицом (дети-родители, учитель-ученик)
- * Высшие ценности (справедливость, самореализация, религиозные ценности, патриотизм, хобби, увлечения)

Упражнение

- * Выпишите десять ваших основных ценностей
- * Расположите их в порядке убывания важности
- * Объединитесь в пары

Микромодель НЛУ



Логические уровни организации





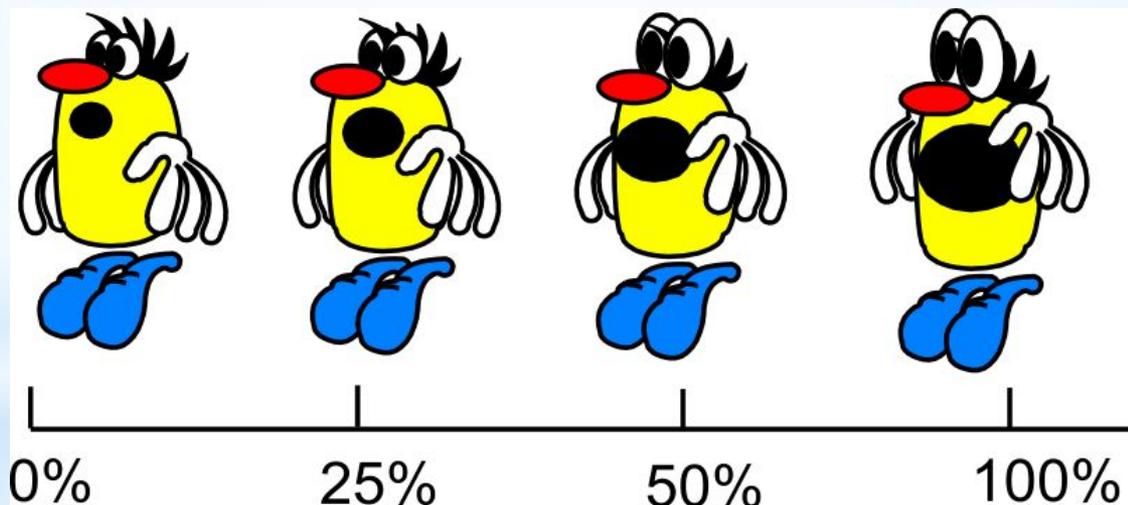


* Упражнение

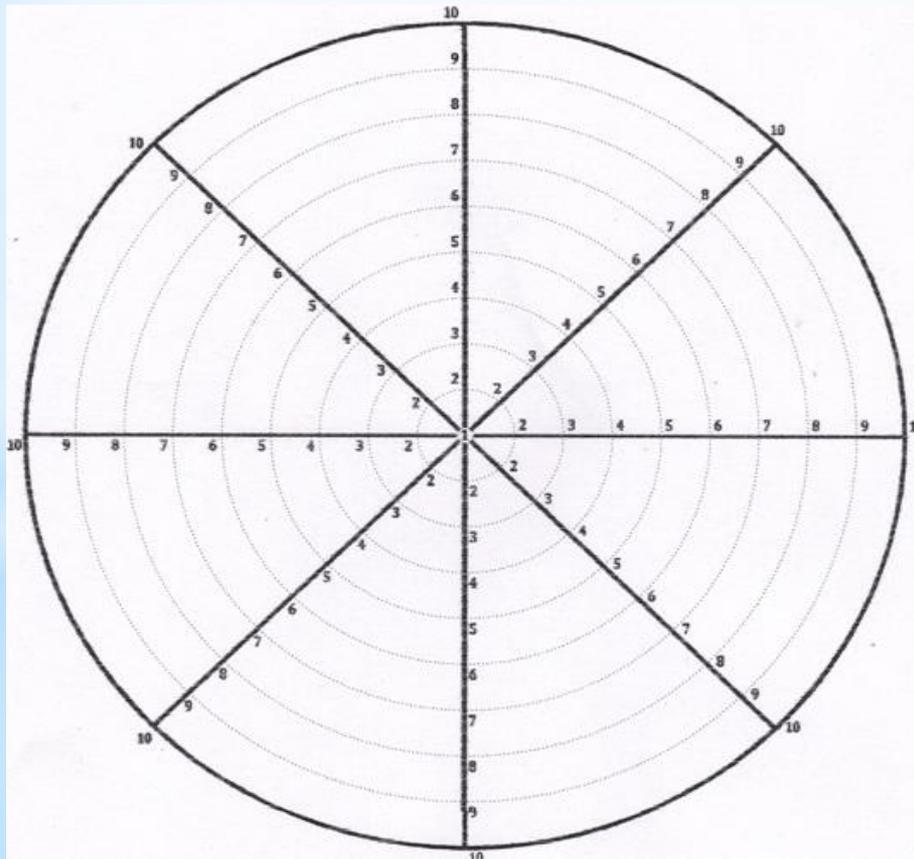
- * 1. Объединяетесь в пары
- * 2. Выберите цель
- * 3. Проанализируйте реальность через НЛУ, используя вопросы уровней

ШКАЛИРОВАНИЕ

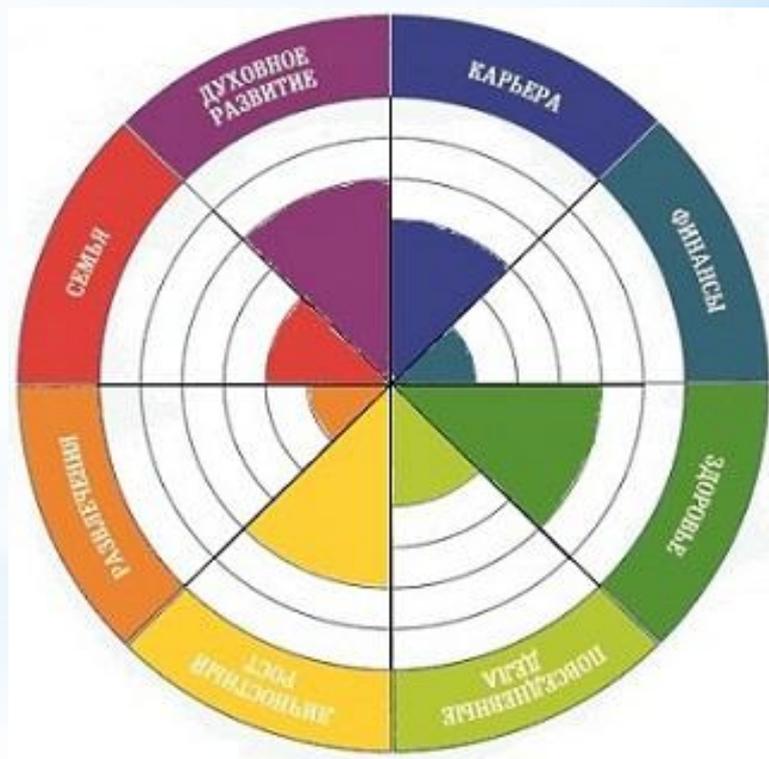
Метод работы с ценностными запросами.
Например: хочу быть любящей, более открытой,
нежной, женственной.
Хочу быть целеустремлённым, усидчивым и
более общительным.



* Микромодель Колесо развития







Макромоделли коучинга



Макромодели коучинга



Аббревиатура SCORE соединяет в себе следующие слова: Symptom (актуальное состояние), Cause (причина), Outcome (желаемое состояние), Resource(ресурс) и Effect (эффект)

Макромодели коучинга

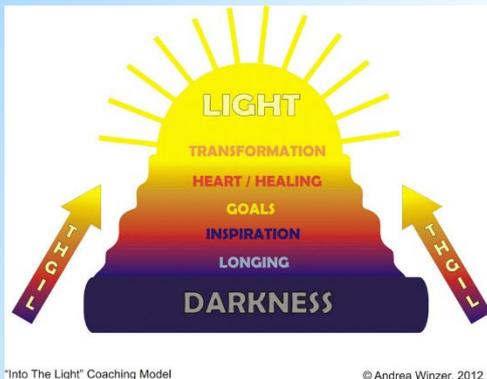
ABC- модель.

A-желанная цель (что хочу?)

B-что есть сейчас (реальность)

C- как из B прийти к A.





Макромодели коучинга LIGHT

- * **LONGING (ЖЕЛАНИЕ)** Что расстраивает вас в Вашей жизни (работа / Ваши отношения / Ваше здоровье / Вы сами) в данный момент времени?
- * **INSPIRATIONS (ВДОХНОВЕНИЕ)** Что приносит смысл Вашей жизни? О чем Вы мечтаете?
- * **GOALS (ЦЕЛИ)** Чего Вы хотите достичь?
- * **HEART/HEALING (ИСЦЕЛЕНИЕ)** Что/кто стоит на пути между Вами и Вашей мечтой?
- * **TRANSFORMATION (ТРАНСФОРМАЦИЯ/ПРЕОБРАЗОВАНИЕ)** Что надо сделать, чтобы достичь ЦЕЛИ? Что надо изменить, чтобы ушли препятствия? Что Вы можете сделать прямо сейчас, чтобы решить проблему навсегда?