

Szkoła Coachów

Coaching jako metoda rozwoju i poszukiwania zmiany oraz osiągania celów gości na Polskim rynku od ponad 20 lat. Początkowo był postrzegany jako przejściowa moda i swego rodzaju „psychoterapia” biznesowa dla prezesów, dyrektorów, celebrytów i innych reprezentantów niewielkiej grupy ludzi z tzw. elity. Biznes szybko zaadoptował na swoje potrzeby metody coachingowe do rozwoju pracowników i kadry menedżerskiej. Coaching ze swojej czystej postaci stawał się rozwojowym narzędziem operacyjnym w wielu korporacjach. Menedżerowie pozyskiwali podstawowe kompetencje na jedno lub dwudniowych kursach, po których kazano im „coachować” swoich pracowników. Często prowadziło to do karykatur coachingu, sprowadzając go do jeszcze jednego narzędzia kontroli, czy w lepszym razie, zwykłej informacji zwrotnej. Na szczęście wchodzące do Polski systemy certyfikacji coachingowej podniosły standardy realizacji tej metody rozwojowej i sprowadziły go do właściwego poziomu. Nasza szkoła coachów daje uczestnikowi szczegółową wiedzę i umiejętności dot. technik i metod coachingowych w oparciu o narzędzia i metodologię stosowaną przez najbardziej liczące się na świecie organizacje i federacje coachingowe. Nie bazujemy tutaj na jednej szkole. Łączymy najlepsze i najrzetelniej sprawdzone praktyki i narzędzia z różnych szkół coachingowych, aby uczestnicy naszego kursu otrzymali esencję praktyki coachingu – szczególnie do zastosowania w biznesie. Ale nie tylko.

Czego uczestnik nauczy się na szkoleniu?

Dowie się czym jest coaching oraz czym różni się od pozostałych metod rozwojowych

Zbuduje sobie spojrzenie na coaching dzięki podejściu 360 stopni przy pomocy metody kapeluszy DeBono

Pozna neurobiologiczne podstawy pracy mózgu w trakcie coachingu

Uświadomi sobie jakie cechy i kompetencje powinien posiadać dobry coach

Pozna i przetrenuje najważniejsze narzędzia i techniki pracy coachingowej

Będzie potrafił dostosowywać metody coachingowe do systemu postrzegania rzeczywistości przez Klienta

Pozna techniki coachingowe możliwe do zastosowania przez menedżera w roli coacha – czyli jak nie będąc zawodowym coachem stosować techniki i narzędzia coachingowe

Będzie potrafił poradzić sobie w trudnych sytuacjach w pracy coacha

Zbuduje swój plan rozwoju w roli coacha



Cena:

9900 pln netto / 6 dni / os.

I. Coaching 360 – spojrzenie z różnych perspektyw, diagnoza tego co już wiemy

Przybliżenie uczestnikom pojęcia i zrozumienie coachingu przy pomocy metody 6 kapeluszy Edwarda de Bono

Co wiemy już o coachingu – informacje, fakty, liczby dane

Jakie mamy odczucia, emocje, przeczucia i intuicję kiedy myślimy o coachingu?

Za co można by skrytykować coaching? Jakimi są jego słabe strony?

Jakie korzyści i szanse daje coaching?

Jak można wykorzystać coaching w praktyce – inaczej niż o tej porze?

Podsumowanie zebranych informacji, poglądów i opinii – stworzenie wspólnej mind mapy coachingu menedżerskiego w formie plakatu

II. Podstawy i zasady pracy coachingowej

Czym jest coaching i czym różni się od innych metod rozwojowych – analiza podobieństw i różnic

Jak uczy się mózg? – funkcje mózgu i najnowsze odkrycia neurobiologii

Rola słów i języka w pracy coacha

Założenia i zasady pracy zorientowanej na rezultat

Cztery fazy uczenia się

Struktura sesji coachingowej – dobre praktyki

Misja, wizja i wartości – pojęcia związane z celem życia

Poziomy logiczny Roberta Diltsa i ich zastosowanie w coachingu

Rola relacji w procesie coachingu

III. Kluczowe cechy i kompetencje coacha

Myślenie pytaniami, zamiast ocenami

Zadawanie pytań inteligentnych emocjonalnie

Empatia i jej rola w procesie coachingu

Inteligencja emocjonalna w pracy coacha

Cechy emocjonalnie inteligentnego coacha

Kompetencje psychologiczne i osobowe coacha

Kompetencje specjalistyczne i techniczne coacha

Budowanie profilu kompetencyjnego dobrego coacha

IV. Umiejętności fundamentalne w procesie coachingu

Podmiotowe podejście do Klienta – po pierwsze człowiek

Dbaj, wspieraj, rozmawiaj – trzy filary dobrej relacji z Klientem

Otwartość, gotowość na zmianę i znajomość procesu przechodzenia przez zmianę

Koncentracja na rozwiązaniach – coaching skupiony na rozwiązaniu

Budowanie zaufania z Klientem i otoczeniem

Budowanie relacji w procesie coachingu

V. Efektywna komunikacja pracy coacha

Jak pokonać negatywizm i przejść na format zgody i zadawania pytań?

Dopasowanie języka do percepcji i wartości Klienta

Kolory osobowości i ich preferencje komunikacyjne

Język reaktywny i proaktywny

Techniki aktywnego słuchania w pracy coacha

VI. Rama rezultatu w pracy coachingowej

4 pytania planujące jako fundament każdej rozmowy coachingowej

Zasady ustalania celów w procesie coachingu

Myślenie ukierunkowane na rezultat i orientacja na rezultat w planowaniu działań

Relacja coach – Klient zorientowana na rezultat

Coaching zorientowany na rezultaty

Zastosowanie SFA (Solution Focused Approach) w coachingu

Mapa przepływu celów

Różnice pomiędzy coachingiem zorientowanym na rezultat dla grup, zespołów, pojedynczych osób

Kontraktowanie w procesie coachingu

Poszukiwanie „guzika” u Klienta coachingu

VII. Podstawowe narzędzia pracy coacha

Zastosowanie pytań skalujących

Trening perspektywy przyszłości

Tworzenie zadań zmierzających w kierunku rezultatów

Zamień lęk na ciekawość – narzędzia kontroli strachu

Odgadywanie przyszłości i generowanie nowych zachowań – rama „jak gdyby”

Narzędzia do badania wartości w życiu Klientów

Obraz własnego „Ja” opartego na wartościach

Jak wygenerować nowe zachowania i nowe wartości?

Techniki aktywnego słuchania ze szczególnym naciskiem na odzwierciedlenie

3 poziomy słuchania

Pytania przydatne w procesie coachingu – otwierające i inspirujące

Pytania, których coach powinien unikać – zamykające i sugerujące

Zamiana pytań na stwierdzenia

Siła pauzy w rozmowie

Przeformułowanie

Skalowanie

Historie i metafory

VIII. Rola informacji zwrotnej w pracy coacha

Cechy skutecznej i efektywnej informacji zwrotnej w procesie coachingu

Odpowiedzialność i postrzeganie informacji zwrotnej przez strony coachingu

Gdzie szukać użytecznej informacji zwrotnej?

Jak udzielać i jak przyjmować informację zwrotną

Modele rozwojowej i proaktywnej informacji zwrotnej

Historie i metafory

IX. Narzędzia wspierania efektywności osobistej w coachingu

Macierz pilne/ważne i jej rola w ustalaniu priorytetów
 Różne podejścia do perspektyw czasowych
 Orientacja w "czasie" czy „poprzez czas”?
 Budowanie linii czasu i osadzanie tam rezultatów
 3 orientacje czasowe: przeszła, przyszła i teraźniejsza
 Koło równowagi życiowej
 Planowanie od tyłu
 Pytania wzbudzające świadomość budowania swojej efektywności

X. Narzędzia coachingowe trafiające do analityka/realisty

Wykorzystanie narzędzi zarządzania projektami w procesie coachingu
 Wykorzystanie metodologii GTD w coachingu
 Wykres Gantta
 Metoda ścieżki krytycznej
 Diagram Pert

XI. Coaching dla kreatywnych - strategia Disneya

Czy kreatywności można się nauczyć?
 Skuteczne planowanie przedsięwzięć przy pomocy marzyciela, realisty i krytyka
 Język coacha charakterystyczny dla każdej roli
 Rodzaje pytań i ich skuteczność w każdej roli w strategii Disneya
 Ćwiczenie kreatywności strategicznej
 Praca z wewnętrznym krytykiem
 Metoda stołu mentorów

XII. Wykorzystanie metaprogramów w pracy coachingowej

Czym są metaprogramy?
 Odkrywanie własnych metaprogramów
 Odkrywanie metaprogramów Klienta
 Proaktywność i reaktywność
 Metaprogram „Od” i „Do” – cechy, język, zachowania
 Wewnętrzna i zewnętrzna rama odniesienia – cechy, język, zachowania
 Metaprogram „Ja” i „inni” – cechy, język, zachowania
 Metaprogram „Cele” i „Problemy” – cechy, język, zachowania
 Budowanie relacji przy użyciu języka metaprogramu

XIII. Wykorzystanie 3 typów percepcji w pracy coachingowej

Typowe wzorce myślowe, zachowań i językowe w 3 systemach percepcji
 Jak określić dominujący typ percepcji u Klienta?
 Słowa i zwroty charakterystyczne dla każdego rodzaju percepcji

Model świadomego dostosowania się do systemu percepcji Klienta
 Pozycje percepcyjne poszerzające doświadczenie
 Procedury asocjacyjne i dysocjacyjne

XIV. Trudne sytuacje w pracy coacha

Radzenie sobie z obiekcjami utrudniającymi osiągnięcie celu
 Wykorzystanie afirmacji w procesie ukierunkowanym na rozwiązania
 Podejście obfitości i niedostatku
 Zarządzanie emocjami w sytuacjach trudnych
 Techniki radzenia sobie ze stresem w trakcie rozmów coachingowych
 Celowe generowanie przeciwnych reakcji – coaching polaryzujący
 Rola trójkąta dramatycznego w trudnych sytuacjach w relacji coachingowej
 Siła nawyków – ich rola wspierająca i ryzyka z nimi związane
 Oczekiwanie Klienta kupującego usługę i uczestniczącego w coachingu – jak pogodzić czasami sprzeczne interesy?

XV. Coaching operacyjny - zastosowanie coachingu w pracy rozwojowej przez menedżera

Model GROW, IGROW i REGROW
 Model SCORE
 Model GOLD
 Model STORM
 Model
 STAGES
 Kryteria optymalnego doboru modelu rozmowy coachingowej do specyfiki i kultury firmy oraz do pracownika
 Praktyczny trening wybranych modeli

XVI. Etyka pracy coacha - kodeks postępowania

Jakie są nasze intencje w zamiarze bycia coachem?
 Najlepsze praktyki w pracy etycznego coacha
 Przykłady kodeksów etycznych coacha z różnych organizacji i stowarzyszeń
 Zasady etyczne według ICC i ICF
 Dlaczego warto być etycznym coachem?

XVII. Ciągły rozwój w roli coacha - mój plan rozwoju

Idealny coach – docelowy model coacha stworzony przez uczestników
 Analiza SWOT / siatka celów - indywidualne określenie stanu aktualnego
 Tam czyli gdzie? – nakreślenie swojej wizji siebie w roli coacha w przyszłości
 Zbudowanie swojej indywidualnej deklaracji misji w roli coacha
 Zdefiniowanie kamieni milowych – celów wspierających w rozwoju
 Indywidualny plan rozwoju - zdefiniowanie metod rozwojowych i ludzie, którzy wesprą nas w realizacji celów