

LA PRIMA SESSIONE

Indipendentemente dai confronti avuti in precedenza, il Coaching vero e proprio inizia con la prima sessione. Che tu sia un Life Coach o che lavori in ambito business, molti dei principi per una buona sessione di “partenza”, di “scoperta” o di “ingaggio”, a seconda di come la si vuole descrivere, rimangono in larga misura gli stessi. Se vuoi partire col piede giusto, ecco gli argomenti che devi sicuramente affrontare.

- Spiegare cosa accadrà nella prima sessione.
- Raccogliere esperienze e aspettative del cliente riguardo al Coaching.
- Stabilire le tue credenziali come Coach e spiegare il tuo approccio.
- Stipulare un accordo di Coaching.
- Chiarire le questioni di riservatezza e fiducia.
- Definire le responsabilità nella relazione di Coaching.
- Sottolineare l'importanza del rendere conto delle responsabilità prese.
- Anticipare le eventuali battute di arresto.
- Cominciare a conoscere il tuo cliente.
- Considerare il questionario di pre-Coaching.
- Utilizzare gli strumenti di *profiling*.
- Lavorare all'estrazione dei valori.
- Completare la Ruota della vita e del lavoro.
- Individuare il Focus principale e stabilire obiettivi misurabili.
- Decidere se fate l'uno al caso dell'altro.

Anche se hai già discusso molti degli elementi della lista con il tuo cliente quando vi siete accordati per la prima sessione, è una buona idea riassumerli tutti nel primo incontro “ufficiale”.

Non c'è un modo giusto o sbagliato di condurre la prima sessione, ma il contenuto e la sequenza che delineiamo a seguire sono

una ricetta ben collaudata. Prima di cominciare c'è un altro ingrediente essenziale da aggiungere. Può sembrare ovvio, ma vale comunque la pena di ribadirlo: se questo è il tuo primo incontro con la persona, devi “stabilire una connessione” tra di voi il più rapidamente possibile.

Niente è più importante, in questa fase iniziale della relazione. La persona deve essere libera di aprirsi e di condividere informazioni personali e riservate: ci riuscirà solo se si sente a proprio agio con te. Ai modi per stabilire questa connessione abbiamo dedicato il Capitolo 9.

SPIEGARE COSA ACCADRÀ DURANTE LA PRIMA SESSIONE

La cosa importante da sottolineare al tuo cliente è il fatto che la prima sessione non è rappresentativa per quelle che seguiranno. Ha una specifica sequenza, mentre le altre saranno meno strutturate. Dare una breve panoramica riassuntiva di cosa intendi fare aiuta il cliente ad anticipare ciò che verrà e a sapere a che punto del processo si trova. Può anche essere utile per gestire le sue aspettative riguardo alla quantità di Coaching che avrà effettivamente luogo.

Questa dipende anche in larga misura da quanto tempo avete riservato alla sessione iniziale. Se pianificate di addentrarvi in una delle problematiche del cliente, generalmente vi servirà più di un'ora. Dipende da quanto senti di dover sapere sulla persona prima di cominciare e dal fatto che sia stato compilato o meno un questionario di pre-Coaching. In linea generale, calcola un'ora e mezza o due ore, se nella prima sessione volete includere anche del Coaching.

RACCOGLIERE ESPERIENZE E ASPETTATIVE DEL CLIENTE RIGUARDO AL COACHING

Un buon punto di partenza è chiedere al cliente delle sue esperienze precedenti e delle sue aspettative riguardo al Coaching. Magari te ne ha già parlato quando avete avuto un primo contatto, ma può comunque essere utile ricapitolare. Se non hai già fatto delle domande a riguardo, eccone a seguire di utili:

Hai mai avuto esperienze col Coaching prima di oggi?

Se sì:

1. Che tipo di esperienza hai avuto?
2. Che approccio ha usato il Coach?
3. Come è stato?
4. Cosa ha funzionato e cosa no?

Se no:

1. Cosa sai già riguardo al Coaching?
2. Quali domande hai riguardo al Coaching?

È bene fare esprimere al cliente qualsiasi sua eventuale preoccupazione, rispondere alle sue domande e sfatare possibili miti riguardo al Coaching, per impedire che questi fattori diventino fonte di problemi.



L'INTUIZIONE

Non saltare questa parte nella foga di cominciare, raccomanda Steve. Le persone che hanno già ricevuto Coaching in passato avranno un'idea molto più chiara di cosa vogliono e non vogliono: conoscere queste preferenze ti permetterà di partire in quarta ed evitare inutili frustrazioni.

STABILIRE LE TUE CREDENZIALI E SPIEGARE IL TUO APPROCCIO

È probabile che tu abbia spiegato il tuo approccio al Coaching prima della sessione iniziale, ma è comunque una buona idea ribadirlo anche in questa sede. Non ti dilungare, basta un breve riassunto. Quello che vuoi è che la persona senta che sei un Coach competente, in modo da provare così fiducia in te. Parla del tuo background, della formazione che hai ricevuto, delle tue qualifiche e delle tue esperienze in ambito di Coaching.

STIPULARE UN ACCORDO DI COACHING

Durante la prima sessione dovete anche chiarire tutti gli aspetti economici e organizzativi. Se non lo avete già fatto, concordate parcella, numero di pagamenti e scadenze, oltre al numero di incontri previsti. Molti Coach trattano queste voci in un accordo scritto, che viene spesso inviato al cliente prima della prima sessione. L'accordo solitamente chiarisce anche cosa accade se il cliente cancella una sessione o arriva in ritardo e tratta di questioni come la riservatezza e le modalità secondo cui lavorerete. Un esempio di accordo di Coaching è incluso in Appendice.

CHIARIRE LE QUESTIONI DI RISERVATEZZA E FIDUCIA

La riservatezza non è un problema quando i tuoi servizi sono stati richiesti direttamente dal cliente: ti devi semplicemente impegnare con lui a mantenere il segreto professionale. Fintanto che mantieni fede a questo impegno, il cliente si fiderà di te. Se cedi alla tentazione di confidarti con qualcuno e il cliente lo scopre, perderai per sempre la sua fiducia. Perché ti venga data fiducia devi meritartela.

Quando fai Life Coaching è facile seguire questo principio alla lettera. Quando lavori come Executive Coach o come Business Coach, invece, poiché è l'azienda a pagare la tua parcella, lo sponsor aziendale o il capo del tuo assistito si aspetteranno di ricevere da te un feedback. Se è questo il caso, discutine con tutte la parti in causa e stabilisci un processo che vada bene a tutti. L'ideale sarebbe che la persona a cui fai Coaching si assuma onere e onore di dare lei stessa un feedback allo sponsor aziendale o al proprio capo. Una delle cose che possono essere di aiuto è avere un criterio per misurare i progressi. Questi possono così essere verificati senza entrare nei dettagli di ciò che è avvenuto durante le sessioni. Non sottovalutare questa problematica o sperare che si risolva da sola: non funziona così. Dovete accordarvi prima. Se non lo fate, il cliente non si sentirà libero di parlare apertamente. La situazione è simile quando sei un Coach interno all'azienda. È essenziale che i tuoi clienti si sentano sicuri di poter dire ciò che vogliono senza paura che qualcuno lo scopra o che ci siano recriminazioni.

Per i manager che fanno Coaching ai membri del proprio team la questione è ancora più complicata, perché in un certo senso la riservatezza sarà sempre resa impossibile dalla relazione preesistente.

Molti Coach trovano prezioso poter discutere del loro lavoro con un altro Coach, spesso più esperto, in veste di supervisore. In questo caso il Coach potrebbe scegliere di discutere alcuni dettagli specifici delle sessioni, se necessario. La maggior parte dei clienti sono felici all'idea di un Coach-supervisore, a patto che il suo ruolo venga loro spiegato. Il supervisore ovviamente è vincolato dal medesimo accordo di riservatezza.

DEFINIRE LE RESPONSABILITÀ NELLA RELAZIONE DI COACHING

È importante accordarsi col proprio cliente su come si lavorerà assieme, se si vuole che il Coaching abbia successo. Questa fase viene spesso chiamata “creare la relazione di Coaching” e nel modello di Coaching co-attivo viene detta “progettare l’alleanza”. Il termine “progettare” riflette il fatto che si tratta di qualcosa concepito su misura per il cliente. È una “alleanza” perché sia il Coach che il cliente sono responsabili del buon funzionamento del processo. Ma è il cliente che ne ha il vero controllo.

È lui a definire la direzione che la relazione prende e sta a lui fare in modo che il Coach lo supporti nel miglior modo possibile. Questo non significa che il Coach non metterà il cliente di fronte a delle sfide o non gli dirà cose che non si vuole sentir dire, anzi. Significa piuttosto che il cliente ha un ruolo e una partecipazione di livello paritario a quello del Coach nel fare in modo che la relazione abbia successo.

“Progettare l’alleanza” non è una cosa che si fa una sola volta, per poi attenersi rigidamente al progetto fino alla fine. È un processo fluido e il progetto cambia con lo svilupparsi della relazione. Il bello di lavorare in questo modo è che il processo inizia con già in mente il suo culmine. Quando il Coaching arriva al termine, il cliente deve essere in grado di cavarsela da solo. Se diventa troppo dipendente dal Coach durante la relazione, il distacco diventerà difficile.

Perché tu possa fare la tua parte come Coach devi essere chiaro riguardo al tipo di Coach che sarai. Chiedi ai tuoi clienti come vorrebbero ricevere Coaching e decidi come lavorerete assieme. Alcuni clienti, ad esempio, parlano molto e amano dare descrizioni dettagliate di chi ha detto cosa. Quando avete solo un’ora assieme, il vostro tempo è prezioso. Anche se sarai interessato alle loro storie, devi fare in modo di sfruttare al meglio il tempo e questo significa che dovrai interromperli. Come interrompere i clienti è un argomento trattato in maggior dettaglio nel Capitolo 15.

Potresti anche voler spiegare che non hai la bacchetta magica, ma sarai al loro fianco per supportarli. Devi essere versatile e flessibile, adattando il tuo stile ai bisogni dei tuoi clienti. Chiarisci però che se ciò di cui hanno bisogno va al di là di ciò che sei in grado o sei disposto a fare, non lo farai. Dato che molte persone non hanno ben chiaro cosa faccia un Coach, spesso chiederanno aiuto in ambiti che sono più adatti a un counsellor, a un terapeuta o a qualche altro esperto qualificato.

RENDERE CONTO DELLE RESPONSABILITÀ PRESE

Durante le sessioni di Coaching i clienti spesso diranno che faranno delle cose, come scrivere il riassunto di un libro o meditare cinque minuti al giorno, ed è importante concordare con loro durante la prima sessione come renderanno conto degli impegni presi. Magari nelle sessioni seguenti semplicemente chiederai loro come è andata. Oppure potrebbero volere una verifica più attenta da parte tua e un “richiamo all’ordine” qualora non avessero concretizzato quanto si erano proposti di fare. Rendere conto degli impegni presi è importante perché incoraggia i clienti a far seguire i fatti alle parole. Spesso nella sessione successiva non vogliono dire che “non hanno fatto i compiti”, ma quello che in ultima analisi è importante è che i clienti imparino a fare le cose perché lo vogliono, non perché ricevono pressioni. L’importanza di rendere conto degli impegni presi è esaminata in dettaglio nel Capitolo 15.

ANTICIPARE LE BATTUTE DI ARRESTO

Se raggiungere ciò che vogliamo nella vita fosse sempre facile, nessuno avrebbe bisogno dei Coach. Se sapessi già come ottenere un risultato che vuoi, lo avresti già fatto. Ma la vita, e il Co-

aching, non funzionano così. Il Coaching spesso comincia bene, con il cliente che fa grandi progressi nelle prime due o tre sessioni e che racconta dei successi avuti. Poi però o prova a fare qualcosa che non va secondo i piani, oppure i progressi cominciano a rallentare. A volte sente addirittura di trovarsi in un vicolo cieco. È importante far sapere ai clienti durante il primo incontro che questo accade spesso, in modo che la prendano con scioltezza quando si verifica, invece di preoccuparsi che “qualcosa è andato storto”. Parliamo più diffusamente di come gestire la situazione nel Capitolo 16, Quando il gioco si fa duro.

COMINCIARE A CONOSCERE IL TUO CLIENTE

A questo punto del processo avrai cominciato a farti un'idea di com'è la persona a cui farai Coaching. Senza emettere giudizi, comincia a “notare cosa noti”. Un'immagine comincerà a emergere. Appare introverso o estroverso? Ha pensieri chiari e organizzati, o confusi e sparsi? Utilizza un linguaggio visivo, auditivo o cinestetico? Più capisci i tuoi clienti, le loro aspirazioni, come funzionano, cosa li preoccupa, che sogni hanno, più sarai efficace nell'offrire loro supporto durante la relazione di Coaching.

CONSIDERARE IL QUESTIONARIO DI PRE-COACHING

Uno dei modi migliori per partire col piede giusto è chiedere al tuo cliente di compilare un questionario di pre-Coaching e di consegnarlo prima della prima sessione. Il questionario può includere qualsiasi informazione tu ritenga importante, ma non farlo troppo lungo o complicato. Ecco alcune delle cose che potresti chiedere.

- Nome
- Contatti come telefono, email e indirizzo
- Informazioni di contorno come occupazione, titolo di studio, data di nascita
- Un breve curriculum o elementi del curriculum se rilevanti
- Quali specifici risultati vuoi dal Coaching?
- Cosa è importante per te?
- Cos'è che non tolleri?
- Elenca le tue abilità e qualità
- Dove ti senti più bloccato?
- Cosa vorresti cambiare?
- Cosa faresti della tua vita se non avessi più il pensiero di dover ti guadagnare da vivere?

Molti clienti commentano che questi questionari li fanno pensare abbastanza profondamente alle loro problematiche prima dell'inizio del processo di Coaching. Alcuni Coach analizzano l'intero questionario insieme al cliente, altri vi fanno ricorso se necessario, ad esempio in riferimento al focus principale del cliente. Raccomandiamo la seconda modalità perché permette ad altre questioni di emergere quando si fa l'estrazione dei valori o la Ruota della vita. In Appendice troverai un esempio di questionario che puoi adattare secondo i tuoi bisogni e le tue preferenze.



L'INTUIZIONE

Io (Amanda) utilizzo molti strumenti di profiling quando faccio Coaching. Trovo che accelerino il processo e che aiutino i miei clienti a prender maggiore coscienza di sé. Un altro prezioso strumento per gli Executive Coach è il feedback a 360 o 180 gradi. Questo può spesso essere adattato per gli specifici obiettivi del tuo cliente.
