

ÁREA DE COMPETENCIAS de ICF ESPAÑA

FICHA COMPETENCIA 3

APARTADO: Crear conjuntamente la relación

COMPETENCIA 3: Establecer confianza en intimidad con el cliente

1.- Definición:

Habilidad para crear un entorno seguro que contribuya al desarrollo de respeto y confianza mutuos.

- a) Da muestras de interés genuino por el bienestar y el futuro del cliente.
- b) Demuestra continuamente integridad personal, honestidad y sinceridad.
- c) Establece acuerdos claros y cumple las promesas.
- d) Demuestra respeto por las percepciones del cliente, su estilo de aprendizaje y manera de ser.
- e) Apoya constantemente y anima nuevos comportamientos y acciones, incluyendo aquellos que suponen asumir riesgos y miedo al fracaso.
- f) Pide permiso al cliente para adentrarse en temas delicados o que sean nuevos para el cliente.

2. Comentarios a la definición.

Aspectos que se incluyen en la competencia y que deben ser tenidos en cuenta por el Coach en cada intervención de Coaching.

Para establecer confianza y cercanía con el cliente, entendemos importante mostrar:

- Preocupación genuina por el bienestar del cliente presente y futuro.
- Integridad, es decir, lo que digo, hago y siento está alineado con mis valores (ética ICF).
- Honestidad, respecto a todos los valores del cliente y cumplimiento de los acuerdos (del proceso, dentro de la sesión, en la relación)
- Sinceridad del coach hacia él mismo y hacia el cliente.
- Respeto a uno mismo y al cliente (estilo de percepción y aprendizaje)
- Vulnerabilidad y actitud de “no saber”.
- Tolerancia ante la incertidumbre sobre el resultado final del proceso y la reunión.
- Proveer de apoyo al cliente, es decir, confiar en sus capacidades y recursos.
- Pedir permiso para trabajar áreas delicadas.
- Asumir que el cliente tiene la responsabilidad de decidir los temas que se tratan, la profundidad de los mismos y la dirección del curso de la sesión.
- Mantener una actitud de aprendizaje y apertura a la sorpresa constantes.

3. Desafíos para el cumplimiento de la competencia

- La adaptación del coach al nuevo acuerdo surgido del cambio de las circunstancias iniciales que marcaron el inicio de la relación y el acuerdo inicial.
- Que el coach comunique sus sensaciones al cliente, cuando se sienta incapaz de acompañar a lograr un objetivo acordado por falta de habilidades, conocimientos o intereses particulares.
- Que el coach cubra los compromisos que sean exclusivamente compatibles con su rol de coach.

- Mantener conversaciones con el cliente en una base de igualdad, más allá del papel de experto.
- Que el coach confíe más en el propio proceso de acompañamiento y en los recursos del cliente, que en el método y las herramientas.
- Que el coach se centre en el autodescubrimiento de su cliente, en lugar de hacerlo en su propio rendimiento.
- Que el coach confíe realmente en el cliente, con la idea de co-crear y facilitar la elección al cliente.
- Que el coach no haga sus propios juicios al respecto del cliente y sus capacidades.
- Cumplir lo pactado con la profesionalidad y distancia cuando el coach entre en transferencia o proyección con el cliente.
- Acompañar al cliente en las condiciones pactadas, ante una implicación emocional con el cliente.
- Hacer devoluciones sinceras y concretas.
- Generación de un contexto de confianza e intimidad requerida en el proceso de coaching, ante la falta de interés o implicación del cliente en el propio proceso.

4. Preguntas para la reflexión y autoaprendizaje del Coach:

Sobre mí (el coach):

- ¿Cuánto confío en mí como coach (de 0 a 10)?
- ¿Me siento fluir, sereno/a, natural?
- ¿Soy consciente de cómo me siento?
- ¿Lo comparto con mi cliente si lo considero útil para el proceso?
- ¿Estoy en igualdad con mi cliente?
- ¿Me muestro vulnerable ante mi cliente?
- ¿Me muestro abierto a no saber?
- ¿Estoy siendo honesto y sincero con mi cliente?
- ¿Invito a mi cliente a que experimente y vaya más allá?

Sobre mi relación con el cliente

- ¿Cuánto confío en mi cliente (de 0 a 10)?
- ¿Estoy aceptando al cliente como legítimo otro?
- ¿Estoy siendo empático?
- ¿Estoy dando el verdadero protagonismo al cliente?
- ¿Estoy facilitando que mi cliente se vea, se entienda y se sienta a sí mismo?
- ¿Soy consciente del estilo de aprendizaje de mi cliente?
- ¿Doy suficiente apoyo y ánimo nuevos comportamientos de mi cliente?
- ¿Le ofrezco la posibilidad de que marque la dirección de la conversación?
- ¿Le felicito por sus aprendizajes, haya tenido éxito o no con sus objetivos?
- ¿Estoy siendo capaz de comprender el marco de referencia y los supuestos que dan sentido a lo que mi cliente experimenta?
- ¿Estoy cumpliendo los acuerdos con mi cliente?

Sobre el proceso

- ¿Cuánto confío en que el proceso será útil para mi cliente (de 0 a 10)?
- ¿Estoy poniendo el foco en el proceso por encima de las herramientas?
- ¿Estamos creando una verdadera relación de igualdad y partnership?
- ¿Estamos creando un entorno de conversación natural, espontáneo y seguro?

5. Indicadores de cumplimiento de la competencia

a. Demuestra preocupación genuina por el bienestar y futuro del cliente.

- Hace preguntas sobre el sentir/hacer/pensar actual y futuro y sobre situaciones de éxito en el pasado.
- Muestra constante curiosidad e indagación al servicio del cliente.
- Muestra interés por lo “especial” del cliente

b. Demuestra continuamente integridad personal, honestidad y sinceridad.

- Se muestra honesto y sincero en la relación y en las devoluciones.
- El coach muestra coherencia entre lo que piensa, dice y hace
- Respeta la confidencialidad acordada con el cliente. Lo que se habla en las sesiones se queda en las sesiones.

c. Establece acuerdos claros y mantiene sus promesas.

- Respeta todo lo que haya convenido con el cliente al establecer los términos de la relación (éticos, logísticos y de interacción), y el acuerdo de coaching
- Respeta las decisiones del cliente a lo largo del proceso de coaching.
- Respeta la identidad de sus clientes no revelándola a terceros.
- Respeta la decisión de interrumpir el proceso por parte del cliente.
- Hace un seguimiento personalizado del cliente entre sesiones en el caso de haberse comprometido a ello.

d. Demuestra respeto por las percepciones del cliente, su estilo de aprendizaje y de su ser.

- Respeta las decisiones del cliente a lo largo del proceso de coaching.
- Usa el lenguaje de la modalidad (Visual, auditivo, kinestésico) preferente del cliente.
- Muestra en todo momento su confianza en la capacidad del cliente y en su conocimiento sobre su propia vida.
- Confía y se adapta a los modos de aprender, decidir y afrontar situaciones propios del cliente.

e. Provee apoyo permanente y felicita nuevos comportamientos y acciones, incluyendo aquellas que involucran riesgo y miedo al fracaso.

- Invita al cliente a trabajar en dirección a objetivos extraordinarios
- Invita a ir más allá en las opciones que diseña.
- Reta a probar/experimentar/intentar las soluciones óptimas / más deseadas.

f. Pide permiso para hacer coaching al cliente en áreas delicadas o nuevas.

- Verifica con el cliente la importancia de los nuevos temas que surgen antes de comenzar a preguntar o hacer coaching sobre ellos.

6. Comportamientos observables

- El coach da feedback desde la honestidad, o cuando devuelve incoherencias.
- Si entiende que el acuerdo no está siendo respetado por el cliente, lo habla abiertamente.
- Cuando le piden información sobre los resultados del proceso de coaching y el coach, respetando la confidencialidad acordada, revisa y valida previamente con su cliente cualquier información a aportar al Patrocinador.
- Cuando el coach por algún motivo tiene que cancelar o retrasar una cita, se hace previsible con la suficiente antelación y ofrece alternativas compatibles con la agenda del cliente.
- El coach acepta al cliente sin juzgar quién es, cómo y a qué ritmo aprende.
- El coach no está apegado a la forma de hacer coaching que a él le resulta más cómoda o agradable sino que está abierto a la manera de aprender del cliente, adaptándose a la misma. (Ofrece gráficos, mapas, esquemas, figuras, música, tablas, etc. en función del estilo de aprendizaje del cliente).

- El coach reta al cliente a traspasar la zona de confort e ir más allá de lo que él proyecta, sin forzar, motivando a utilizar comportamientos y hábitos aprendidos en el proceso en favor de nuevas acciones.
- El coach se muestra cómodo con la actitud de no saber y con el curso y los cambios de dirección que elige el cliente.
- Al inicio de la sesión pregunta ¿Qué sería lo mejor o más extraordinario que podría llevarse su cliente?
- Una vez acordado el objetivo de sesión, le pregunta al cliente por dónde quiere empezar la conversación/exploración.
- El coach se muestra cómodo con los silencios del cliente y espera a que éste los rellene.