

ÁREA DE COMPETENCIAS DE ICF ESPAÑA

FICHA COMPETENCIA 7

APARTADO: COMUNICAR CON EFICACIA COMPETENCIA 7: COMUNICAR DIRECTAMENTE

1. Definición: Habilidad para comunicarse de manera efectiva durante las sesiones de coaching, y utilizar el lenguaje de modo que tenga el mayor impacto positivo posible sobre el cliente.

- a) Es claro, articulado y directo al aportar y compartir feedback.
- b) Reencuadra y articula para ayudar al cliente a entender desde otra perspectiva, lo que éste quiere o aquello de lo que no está seguro.
- c) Indica claramente los objetivos del coaching, la agenda de la sesión, y el propósito de las técnicas o ejercicios.
- d) Utiliza lenguaje apropiado y respetuoso con el cliente (no sexista, ni racista, demasiado técnico, jerga...)
- e) Utiliza metáforas y analogías que ayuden a ilustrar un tema o pintar un cuadro con palabras.

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 comunicarse eficazmente con el cliente, entendemos importante:

- Confrontar al cliente cuando percibes que se está apartando del proceso.
- Reflejar claramente al cliente sus incoherencias.
- Si el cliente entra en bucle, facilitar que salga de él.
- Que la comunicación del coach manifieste el desapego que tiene de intuiciones, opciones, soluciones o resultados (tanto propias como del cliente).
- Intervenir de manera sintética.
- Seguir el tipo de lenguaje del cliente cuando hacemos intervenciones:
 - Parafrasear de manera corta y pertinente.
 - Emplear las metáforas que nos ofrece el cliente.
- Posibilitar un contexto metafórico (metáforas y analogías) que le abran perspectivas al cliente, desde el permiso y el desapego.
- Utilizar literalmente las palabras que usa el cliente en la mayoría de las intervenciones.
- Hacer uso de los silencios para impactar de manera positiva en el cliente.
- Facilitar el discurso del cliente.
- Comunicarse de manera sencilla, neutra y asertiva.
- Reflejar sin juicio lo que el cliente te presenta en cada momento: expresiones emocionales, corporalidad, lenguaje y paralenguaje.
- Tener presente el estilo de aprendizaje del cliente para adaptar la comunicación a su modo de procesar la información (intuitivo, analítico, racional, visual, auditivo, kinestésico, divergente, convergente, asimilador, etc...) y el tipo de razonamiento que usa (causa-efecto, analogías, falacias, etc...).
- Utilizar un lenguaje retador (sin condicionales, en segunda persona del singular) para que el cliente conecte con su potencial.

3. Desafíos

- Expresarse de manera clara.
- Expresarse con naturalidad.
- Detectar y acompañar las metáforas del cliente.
- Adaptarse con creatividad a las metáforas del cliente.
- Discernir entre lo que son los pensamientos, sensaciones y observaciones y lo que son las valoraciones, juicios e interpretaciones del coach.
- Capacidad para comunicar la intuición.
- Encontrar la manera de intervenir de forma desafiante sin que resulte irrespetuoso para el cliente.
- Interrumpir de manera asertiva cuando es en beneficio del avance del cliente y del progreso de la sesión.
- Sintetizar de manera fiel al lenguaje del cliente y de los hechos de la sesión.
- Devolver al cliente sólo lo verdaderamente importante para él.
- Capacidad de observar la coherencia/incoherencia del cliente respecto a lo que cuenta.
- Superar el temor a incomodar al cliente.

4. Preguntas para el Coach

Preguntas que el Coach se hace a sí mismo para reflexionar y tomar conciencia de su nivel de cumplimiento de la competencia.

Antes de la sesión:

- ¿Qué tipo de lenguaje usa mi cliente?
- ¿Cuáles son sus palabras clave?
- ¿Cómo me adapto a su estilo de comunicación?
- ¿Cómo usar mi corporalidad en la comunicación directa con el cliente?
- ¿De que herramientas del lenguaje verbal y no verbal dispongo para comunicarme eficientemente con mi cliente?
- ¿Cómo usar el resto de competencias para crear una óptima comunicación directa con mi cliente?

Después de la sesión:

- ¿Cuánto tiempo he hablado en la sesión? ¿Y mi cliente?
- ¿Cómo he ayudado a mi cliente a que defina el objetivo preciso y específico en la sesión?
- ¿Qué he hecho para tener focalizado a mi cliente en el objetivo cuando se ha dispersado o ha abierto otros temas?
- ¿Cómo de eficaz he sido al formular las preguntas al cliente?
- ¿Cómo de eficaz he sido al volver a formular la pregunta al cliente cuando no la ha entendido o el cliente ha pedido la reformulación de la pregunta por no haberla entendido?
- ¿Qué me ha sido útil en la sesión para generar una comunicación eficiente? ¿Podría haber utilizado alguna otra herramienta? ¿Cuál?
- ¿Qué tipo de contribuciones he hecho en relación a lo que he observado en la sesión?
- ¿Cuál ha sido el impacto de mis contribuciones en el cliente?
- ¿Qué uso del silencio he realizado en esta sesión para generar avance del cliente?
- ¿Qué puedo hacer la próxima sesión para mejorar los resultados conseguidos en mi competencia de comunicación directa? ¿En que áreas de dicha competencia deseo incrementar mi excelencia? ¿Cómo voy a conseguirlo?

Sobre mi relación con el cliente:

- ¿Cómo he utilizado mi lenguaje para entablar una relación de confianza con mi cliente?
- ¿Cuál es mi forma de comunicarme directamente con el cliente?
- ¿Cómo hacer avanzar a mi cliente a través de mi comunicación directa?
- ¿Cómo he integrado el estilo de comunicación del cliente en mi comunicación durante la sesión?

5. Indicadores de cumplimiento de la competencia

- El coach comparte observaciones, intuiciones, comentarios, pensamientos o sentimientos al servicio del aprendizaje del cliente y del avance del proceso, basado en la percepción “tengo la sensación de esto”. La retroalimentación es desde la intuición, pensamiento y sensación del coach evitando las interpretaciones .
- El coach facilita que el cliente establezca su discurso sin interrumpirle, a no ser que haya un motivo claro de coaching para hacerlo. Por ejemplo: Mantener el foco en el objetivo o planes acordados con el cliente.
- El coach comparte observaciones, intuiciones, comentarios, pensamientos o sentimientos sin apego a tener razón sobre los mismos. Aclarando que es fruto de su percepción subjetiva y dejando la responsabilidad en el cliente sobre el uso de esa información.
- El coach utiliza el lenguaje del cliente y refleja la forma de hablar de éste.
- El coach tiene en cuenta la forma de comunicar verbal y también no-verbal (la corporalidad y para-verbal -las emociones, el ritmo, la entonación y la intención implícita en esa forma de comunicar-).
- El coach invita y celebra los comentarios devueltos por el cliente.
- El coach confía completamente en el cliente para que éste elija las respuestas que mejor le sirven y así usarlas con él.

6. Comportamientos observables

- Las intervenciones son claras, concisas y cortas.
- El coach permite que el cliente hable la mayor parte de la sesión. Ideal 90 -10.
- El coach sostiene los silencios y los considera como parte integrante de la comunicación.
- Cuando el lenguaje del cliente es: cíclico, negativo, enfocado en el pasado (Ejemplo: “Es que no puedo”), el coach comparte lo que ha observado para que el cliente tome conciencia y nos diga qué aprende de ello y/o cómo le sirve nuestra observación (Ejemplo: “¿Qué te dice esto?”).
- Cuando el cliente ha hablado extensamente, el coach agrupa temas y ofrece claridad en este contexto (Ejemplo: “Me has hablado de esto, esto y esto, ¿cómo se relacionan estos temas con el objetivo?”)

- Cuando el cliente se extiende y abre muchos temas , el coach le pide al cliente un resumen o aclaración, o que le explique la relación que hay entre todos los temas que ha traído.
- El coach sabe parar y dar feedback al cliente cuando previamente lo han acordado.
- El coach acepta con naturalidad el feedback del cliente.
- El coach pide feedback al cliente para crecer juntos en la relación.
- El coach usa el feedback para ayudar al cliente a moverse hacia delante.
- El coach confía completamente en el cliente para que elija las respuestas que mejor le sirvan.
- El coach acepta la interpretación que el cliente hace de su pregunta.
- El coach utiliza un lenguaje de posibilidades con preguntas abiertas que permiten al cliente explorar los temas declarados.