



## Wykaz 11 kompetencji Coacha wg ICF

### A. USTALANIE ZASAD WSPÓŁPRACY

1. Zgodność z wytycznymi Kodeksu Etycznego i standardami zawodu coachingu
2. Uzgodnienie kontraktu coachingu

### B. WSPÓŁTWORZENIE RELACJI

3. Budowanie zaufania i poczucia bezpieczeństwa klienta
4. Obecność coachingowa

### C. EFEKTYWNE KOMUNIKOWANIE

5. Aktywne słuchanie
6. Pytania Sięgające sedna
7. Bezpośrednia komunikacja

### D. WSPIERANIE PROCESU UCZENIA I OSIĄGANIA REZULTATÓW

8. Budowanie świadomości
9. Projektowanie Działań
10. Planowanie i wytyczanie celów
11. Zarządzanie postępami i zaangażowaniem

## A. USTALANIE ZASAD WSPÓŁPRACY

1. Zgodność z wytycznymi Kodeksu Etycznego i standardami zawodu coachingu – zrozumienie zasad etycznych i standardów coachingu oraz umiejętność zastosowania ich we wszystkich sytuacjach coachingowych.
  - a) Rozumie i potwierdza swoją postawą i zachowaniem Standardy Zachowań Etycznych ICF (zobacz listę, Część III Kodeksu Etycznego),
  - b) Rozumie i stosuje wszystkie Etyczne Zasady ICF (zobacz listę),
  - c) Jasno wyjaśnia różnicę pomiędzy coachingiem, konsultingiem, psychoterapią oraz innymi pomocowymi zawodami,
  - d) Rozpoznaje sytuację, w której Klient wymaga pomocy innego specjalisty i kieruje tam klienta w razie takiej konieczności.
  
2. Uzgodnienie kontraktu coachingu – umiejętność zrozumienia potrzeb danej interakcji coachingowej oraz umiejętność doprowadzenia do zawarcia z klientem umowy w zakresie przebiegu procesu coachingu oraz zasad współpracy klienta i coacha.
  - a) Rozumie i w sposób efektywny omawia z klientem reguły i konkretne parametry relacji coachingowej (m. in. Kwestie organizacyjne, opłaty, terminy, włączenie dodatkowych osób, jeżeli zajdzie taka potrzeba),
  - b) Uzyskuje porozumienie na temat tego, co jest odpowiednie w relacji a co nie, co jest a co nie jest przedmiotem oferty oraz w sprawie podziału odpowiedzialności między coacha i klienta,
  - c) Rozstrzyga czy istnieje efektywne powiązanie pomiędzy jej/jego metodą coachingu a potrzebami potencjalnego klienta.

## B. WSPÓŁTWORZENIE RELACJI

3. Budowanie zaufania i poczucia bezpieczeństwa klienta – umiejętność stworzenia bezpiecznego, wspomagającego środowiska, dzięki któremu rozwija się wzajemny szacunek i zaufanie pomiędzy klientem i coachem.

- a) Okazuje autentyczną troskę o dobro i przyszłość klienta,
- b) Nieprzerwanie prezentuje osobistą uczciwość, szczerą i wrażliwość,
- c) Wprowadza jasne zasady i dotrzymuje obietnic,
- d) Okazuje szacunek wobec przekonań klienta, jego stylu uczenia się i sposobu bycia,
- e) Na bieżąco wspiera oraz inspiruje klienta do nowych zachowań i działań włączając te obejmujące podejmowanie ryzyka oraz obawę przed porażką,
- f) Pyta o pozwolenie klienta w przypadku poruszania nowych delikatnych dla niego tematów.

4. Obecność coachingowa – zdolność bycia w pełni świadomym oraz tworzenia spontanicznej relacji z klientem, stosowanie stylu, który jest zarówno otwarty, elastyczny, jak również daje poczucie pewności.

- a) Jest obecny i elastyczny podczas procesu coachingowego, „tańczy z klientem”,
- b) Korzysta z własnej intuicji i ufa wewnętrznej mądrości - podąża za nimi,
- c) Pozwala sobie nie znać odpowiedzi i podejmuje ryzyko,
- d) Dostrzega wiele sposobów pracy z klientem i potrafi na bieżąco wybierać najefektywniejsze,
- e) Efektywnie wykorzystuje humor aby stworzyć odpowiedni nastrój, energię,
- f) Odważnie zmienia punkty widzenia oraz eksperymentuje z nowymi możliwościami w swoim działaniu,

- g) Okazuje pewność podczas pracy z silnymi emocjami oraz potrafi kierować samym sobą, tak by nie dać się przytłoczyć i uwikłać w emocje klienta.

### C. EFEKTYWNE KOMUNIKOWANIE

5. Aktywne słuchanie – umiejętność całkowitego skupienia się na tym, co mówi a czego nie mówi klient, w celu zrozumienia znaczenia słów Klienta w kontekście jego pragnień oraz w celu wspomagania klienta w autoekspresji.

- a) Kieruje się klientem i celami klienta, nie narzuca klientowi celów, które uważa za słuszne.
- b) Wsłuchuje się w obawy, cele, wartości i przekonania klienta w zakresie tego, co jest a co nie jest możliwe,
- c) Rozpoznaje różnice w słowach, tonie głosu i języku ciała,
- d) Podsumowuje, parafrazuje, powtarza i odzwierciedla wypowiedzi klienta w celu zapewnienia jasności i pełnego zrozumienia,
- e) Zachęca, akceptuje, pogłębia i wzmacnia wyrażane przez klienta uczucia, spostrzeżenia/ wyobrażenia, obawy, przekonania, propozycje itp.
- f) Rozumie i wyławia istotę tego, co klient komunikuje oraz pomaga klientowi dotrzeć do sedna zamiast wdawać się w długie szczegółowe opisy.
- g) Pozwala klientowi na „otrząśnięcie się” i wyrzucenie z siebie sytuacji bez oceniania i przywiązania się, aby móc przejść do następnych kroków.

6. Pytania Sięgające sedna – umiejętność zadawania pytań, które odkrywają informacje potrzebne do uzyskania maksymalnego efektu dla klienta i dla relacji coachingowej.

- a) Zadaje pytania, które odzwierciedlają aktywne słuchanie oraz rozumienie punktu widzenia klienta,
- b) Zadaje pytania, które pobudzają odkrywanie, głębsze/dogłębne zrozumienie, zobowiązanie lub działanie (np. takie, które stanowią wyzwania dla założeń klienta),
- c) Zadaje pytania otwarte, które prowadzą do większej przejrzystości, odkrywania nowych możliwości, nowych wniosków oraz nauki,
- d) Zadaje pytania, które przybliżają klienta do jego pragnień, zamiast pytań, które dotyczą oceny lub spojrzenia wstecz.

7. Bezpośrednia komunikacja – umiejętność efektywnej komunikacji podczas sesji coachingowej oraz stosowania języka, który ma najsilniejszy pozytywny wpływ na klienta.

- a) Rozmawia z klientem w sposób jasny, zrozumiały i bezpośredni oraz przekazuje informację zwrotną,
- b) Przeformułowuje i wzmacnia komunikaty, aby pomóc klientowi spojrzeć z innej perspektywy na to, czego chce lub czego nie jest pewien,
- c) Jasno ustala cele coachingu, plan sesji coachingowej, cele stosowanych technik lub ćwiczeń,
- d) Używa właściwego języka który wyraża szacunek dla klienta (np. bez zabarwień związanych z seksem, rasą, a także bez żargonu i języka technicznego),
- e) Używa metafor i analogii aby zilustrować punkt widzenia lub naszkicować słowny obraz.

#### D. WSPIERANIE PROCESU UCZENIA I OSIĄGANIA REZULTATÓW

8. Budowanie świadomości – umiejętność integracji i właściwej oceny wielu różnych źródeł informacji oraz przedstawiania interpretacji, które pomagają klientowi poszerzać świadomość, a tym samym osiągnąć uzgodnione rezultaty.

- a) Wykracza po za to, co powiedział klient wyławiając jego obawy i nie utyka w opowieściach klienta,
- b) Prowokuje/wywołuje ciekawość do głębszego zrozumienia, większej świadomości i jasności,
- c) Identyfikuje dla klienta jego ukryte obawy oraz typowe i utrwalone sposoby postrzegania siebie i świata, a także różnice pomiędzy faktami i interpretacjami, rozbieżności pomiędzy myślami, uczuciami i działaniami,
- d) Pomaga klientowi w odkrywaniu nowych, sprzyjających mu sposobów myślenia, przekonań, sposobów postrzegania, emocji, nastrojów, itp. które wzmacniają jego zdolność do podejmowania działań oraz osiągania tego, co dla niego najważniejsze,
- e) Pokazuje klientowi szersze perspektywy oraz inspiruje do zobowiązania popatrzenia z innych punktów widzenia i znajdowania nowych sposobów działania,
- f) Pomaga klientowi dostrzegać różne, powiązane ze sobą czynniki, które wpływają na niego i jego zachowania (np. myśli, emocje, ciało, otoczenie),
- g) Wyraża swoje spostrzeżenia w sposób, który jest dla klientów użyteczny i wartościowy,
- h) Identyfikuje główne silne strony versus główne obszary uczenia się i rozwoju, a także najważniejsze obszary do zaadresowania podczas coachingu,
- i) Prosi klienta o rozróżnienie pomiędzy sprawami błahymi a ważnymi, pomiędzy zachowaniami sytuacyjnymi a powtarzającymi w sytuacji, gdy zauważa rozdzźwięk pomiędzy tym co zostało powiedziane a co się zadziało.

9. Projektowanie Działań – umiejętność tworzenia z klientem możliwości ciągłego uczenia się, podczas coachingu oraz sytuacji w życiu/pracy, a także do podejmowania nowych działań, które w najbardziej efektywny sposób prowadzą do uzgodnionych rezultatów coachingu.

- a) Pobudza do kreatywności oraz asystuje klientowi w procesie określania działań, które umożliwią klientowi zaprezentowanie, ćwiczenie oraz pogłębianie nowej nauki,
- b) Pomaga klientowi skupić się i systematycznie poznawać konkretne obawy i możliwości, które są kluczowe do osiągnięcia uzgodnionych celów coachingu,
- c) Zachęca klienta do poszukiwania alternatywnych pomysłów i rozwiązań, wartościowania alternatyw oraz uwzględniania ich w podejmowanych decyzjach,
- d) Promuje aktywne eksperymentowanie oraz odkrywanie siebie, gdzie klient od razu stosuje w życiu prywatnym i pracy to, co było omawiane i czego się nauczył podczas sesji,
- e) Świątuje sukcesy klienta oraz jego możliwości rozwoju w przyszłości,
- f) Podważa założenia i przekonania klienta, aby sprowokować nowe pomysły i odkrywać nowe sposoby działania,
- g) Wyławia oraz wspiera punkty widzenia, które są spójne z celami klienta oraz zachęca, bez przywiązywania się do nich, do ich rozpatrzenia,
- h) Pomaga klientowi wdrażać pomysły „od zaraz” podczas sesji coachingowych, zapewniając natychmiastowe wsparcie,
- i) Zachęca do poszerzania skali i podejmowania wyzwań, ale również do komfortowego tempa uczenia się.

10. Planowanie i wytyczanie celów – umiejętność tworzenia i utrzymywania razem z klientem efektywnego planu coachingu.

- a) Konsoliduje zebrane informacje i tworzy z klientem plan coachingu oraz cele rozwojowe, które obejmują obawy i główne obszary nauki i rozwoju,

- 
- b) Tworzy plan, którego rezultaty są osiągalne, mierzalne, konkretne i mają określone docelowe daty,
- c) Dostosowuje plan do przebiegu procesu coachingowego oraz zmieniającej się sytuacji,
- d) Pomaga klientowi identyfikować oraz docierać do różnych materiałów wspomagających uczenie się (m. in. książki, inni specjaliści),
- e) Identyfikuje oraz ukierunkowuje pierwsze sukcesy, które są ważne dla klienta.
11. Zarządzanie postępami i zaangażowaniem - umiejętność utrzymania uwagi klienta na tym co ważne przy jednoczesnym pozostawieniu klientowi odpowiedzialności za podejmowanie działań.
- a) Jasno wymaga od klienta działań, które pomogą mu posunąć się w kierunku ustalonych celów,
- b) Demonstruje podążanie poprzez zadawanie pytań związanych z działaniami, do których wykonania klient zobowiązał się podczas poprzednich sesji,
- c) Docenia klienta za to, co zrobił, czego nie zrobił, czego klient się nauczył, co sobie uświadomił od czasu poprzednich sesji,
- d) W sposób efektywny przygotowuje, organizuje i przegląda wraz z klientem informacje uzyskane podczas sesji,
- e) Dbą o trzymanie kursu przez klienta pomiędzy sesjami poprzez utrzymywanie uwagi klienta na planie coachingu i rezultatach, uzgodnionych działaniach oraz tematach na przyszłe sesje,
- f) Koncentruje się na planie coachingu i równocześnie jest otwarty na dostosowanie zachowań i działań do przebiegu procesu coachingowego i zmiany kierunków podczas sesji,



- 
- g) Potrafi poruszać się w przód i w tył pomiędzy szerszym kontekstem tego, dokąd klient zmierza, stworzeniem kontekstu do tego, co jest omawiane na sesji oraz tym, czego klient pragnie,
- h) Wspiera samodyscyplinę klienta oraz utrzymuje klienta odpowiedzialnym za to, co klient mówi, za to, co zobowiązuje się zrobić, za rezultaty działań, które planuje podjąć oraz za konkretne plany w powiązaniu z wyznaczonymi ramami czasowymi,
- i) Rozwija zdolność klienta do podejmowania decyzji, adresowania głównych obaw oraz rozwijania samego siebie (otrzymywanie informacji zwrotnej, określanie priorytetów, ustalanie tempa uczenia się, refleksji oraz uczenia się z doświadczeń),
- j) W sposób pozytywny konfrontuje klienta z faktem nie wywiązywania się z podjętych zobowiązań.