

COACHING & COUNSELING, IDENTITA' E DIFFERENZE.



**A cura di: Domenico Nigro.
Direttore didattico e trainer della Scuola IN Counseling.
Consulente aziendale. Life e Business Coach.**

INDICE

Cap. 1: "Coaching & Counseling. Identità e differenze"

Cap. 2: "Il Coaching. Motivazione e Potenzialità"

Cap. 3: "Il Colloquio di Coaching"

Cap. 4: "Coaching, la tecnica del Goal Setting"

Cap. 5: "Coaching, il Piano d'Azione"

Cap. 6: "Coaching, La Gestione dei Feedback"

Cap. 7: "Coaching e Creatività"

Cap. 8: "Il Counseling"

Cap. 7: “Coaching e Creatività”

tutti gli altri capitoli sono consultabili / scaricabili su:
<http://www.scuolacounselingtorino.it/coaching-counseling/>

Creare vuol dire produrre qualcosa che ancora non esiste; qualcosa che abbia un senso o un'utilità per qualcuno.

Creare vuol dire produrre qualcosa di nuovo in grado di migliorare lo stato delle cose esistenti.

La creazione riguarda sia il mondo delle idee, sia quello della materia ed è sempre il risultato di un processo.

La relazione di coaching è un processo creativo volto al miglioramento dello stato delle cose riguardanti la vita del cliente.

Il processo creativo si sviluppa attraverso la continua intersecazione/integrazione di tre piani dell'agire:

- L'esplorazione/ricerca
- L'elaborazione/rielaborazione
- La sperimentazione/messa in atto

il cliente, che si rivolge al coaching, viene chiamato ad una continua azione di esplorazione, elaborazione, sperimentazione delle proprie potenzialità; tale azione è collegata alla continua ricerca e rielaborazione di obiettivi, di volta in volta, sperimentati e, opportunamente, messi in atto.

Il coach non guida verso una soluzione da lui stesso predeterminata, né si sostituisce al cliente.

Ciò che il cliente realizza, sostenuto dal processo di coaching, è una creazione che scaturisce dal processo stesso di coaching. Non è data prima, è tutta da scoprire, da inventare, da creare (appunto!).

Cosa rende possibile questa creatività?

Coach e cliente con il loro affabulare il focus (vedi Cap. 3, “Il Colloquio di Coaching”), partono dall'analisi di ciò che il cliente stesso vuole cambiare e proseguono col delineare, immaginariamente, il cambiamento: puntano, così, a creare un qualcosa, che ancora non esiste.

La relazione di coaching è fondata sulla fiducia che il coach ripone sulle potenzialità del cliente.

Il coach crea un clima di sostegno emotivo dentro il quale il cliente può cominciare ad avere fiducia in se stesso, può cominciare a prendersi cura di sé, attivare le proprie potenzialità e la propria progettualità verso l'autorealizzazione (la realizzazione dei piani d'azione progettati e dei relativi obiettivi, vedi capitoli 4 e 5).

La relazione di coaching diventa per il cliente l'esperienza di una dimensione sociale pervasa da emozioni positive, dentro la quale può dispiegare i propri sentimenti, cambiare punti di vista, trovare la forza ed il coraggio per affrontare i cambiamenti, realizzare la propria crescita ed il proprio sviluppo.

La valorizzazione delle potenzialità, lo scoprire i propri punti di forza ed agirli, rende azione il talento e permette la creazione.

La relazione di coaching è una relazione interpersonale, complessa ed articolata, la cui finalità è un prodotto creativo, quindi, imprevedibile.

È il cliente che pone il focus ed il focus del coach è il cliente; insieme si avventurano in un'impresa di esplorazione, elaborazione, di pensieri, sentimenti ed azioni, la cui messa in atto, infine, produce il risultato creativo atteso.

In una simile prospettiva, l'alleanza coach - cliente è un dato di fatto imprescindibile.

La domanda di coaching parte sempre da un bisogno: il bisogno di riuscire a fare quanto, da soli, non riusciamo a fare, ovvero il bisogno di fare meglio e ottenere di più di quanto potremmo fare e ottenere da soli.

Ma la domanda di coaching può rispondere, anche, ad una vera e propria crisi di autogoverno, ad un'incapacità di gestire autonomamente la soluzione di un problema.

La soluzione che il coaching propone passa attraverso la rielaborazione creativa di ciò che il cliente pensa, sente ed agisce; rielaborazione che produce i suoi effetti in forza del ruolo attivo che il cliente stesso, in essa, esercita (e la valorizzazione di tale dinamica è "territorio di lavoro" tipico del Counseling, vedi Cap. 8). È questo che porta all'autorealizzazione del cliente, che lo porta alla soddisfazione dei propri bisogni e alla realizzazione dei propri ideali.

Il coaching è un "copione in fieri", inventato in corso d'opera e "recitato" da due attori: un attore protagonista (il cliente) e un attore che gli fa da "spalla" (il coach), insieme sulla scena, alleati nel perseguimento di quegli obiettivi e nel miglioramento di quelle performance attraverso le quali l'attore protagonista conseguirà la propria autorealizzazione.

Sinossi finale.

L'alleanza tra coach e cliente è volta alla realizzazione di un obiettivo, comunemente concordato, attraverso il cui conseguimento il cliente potrà:

1. in particolare, risolvere un proprio specifico problema e realizzare i desideri a tale risoluzione associati;
2. in generale, sviluppare quel processo di crescita e di affermazione di sé più complessivo, che, da solo, fatica a portare avanti.

L'alleanza coach-cliente sostiene la realizzazione dei piani d'azione progettati.

Il coaching integra:

- l'inquadramento di un obiettivo (specifico e concretamente realizzabile, vedi Cap. 4: "La tecnica del Goal Setting"),
- la progettazione del piano d'azione che lo realizzerà (vedi Cap. 5: "Il Piano d'Azione"),
- il sostegno motivazionale che il Coach esercita nei confronti del Coachee.

Il Coaching è la funzione che il Coach esercita nei confronti dei propri clienti.

Si parte dal problema (focus), si individua lo stato ideale desiderato, si definisce l'obiettivo attraverso la cui realizzazione tale stato ideale viene realizzato, si passa al piano d'azione.

Possiamo ora proporre quella definizione di coaching, più articolata ed esaustiva, preannunciata a fine Capitolo 1 di questo lavoro:

Il Coaching è una relazione d'aiuto professionale, coach - cliente, finalizzata al miglioramento delle performance e al raggiungimento degli obiettivi del cliente.

Il Coaching è un processo creativo fondato su tre principi: l'Accoglienza, l'Ascolto e la Motivazione. Vede il coach agire sulla base delle proprie competenze relazionali (*), puntando sulla valorizzazione delle potenzialità del cliente, sulla definizione dei suoi obiettivi e sulla relativa progettazione dei piani d'azione (condivisi con il cliente) attraverso la cui realizzazione il cliente conseguirà i propri obiettivi.

Nel prossimo, ed ultimo capitolo, **dedicato specificatamente al Counseling**, presenteremo, in fine, le conclusioni di questa nostra disamina su "Identità e Differenze tra Coaching & Counseling".

Non mancate...

(*):<http://www.scuolacounselingtorino.it/abc-delle-competenze-relazionali/>

FINE CAP. 7

Per scaricare il Pdf degli altri capitoli, vai su:

<http://www.scuolacounselingtorino.it/coaching-counseling/>