

Łódzki Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej

Poznaj podstawowe założenia coachingu:

1. Coaching jest nastawiony na przyszłość i rozwiązania.
2. Coaching bazuje na posiadanej przez klienta wiedzy i umiejętnościach, zmierzając do uwolnienia i rozwinięcia drzemiącego w nim potencjału.
3. Klient jest traktowany integralnie i całościowo, z poszanowaniem i uwzględnieniem wszystkich istotnych dla niego wartości oraz aspektów i obszarów funkcjonowania.
4. Klient jest osobą kompletną, posiadającą wystarczające zasoby i możliwości oraz zdolność do samodzielnego znajdowania rozwiązań swoich problemów i wybierania sposobów działania.
5. Relacja coachingowa jest zbudowana na zaufaniu, poszukiwaniu i otwieraniu się na informację zwrotną oraz umiejętności bycia obecnym, tak ze strony coacha jak i klienta.
6. Coaching jest oparty o partnerską relację między coachem a Klientem i współzaangażowanie obydwu stron.
7. Klient przyjmuje odpowiedzialność za swoje zaangażowanie, decyzje, działania i rezultat.
8. Coach odpowiada za swoje zaangażowanie w relację z klientem oraz za stworzenie mu bezpiecznych warunków do odkrywania, kreowania i eksperymentowania. Coach odpowiada ponadto za własny rozwój i poziom swoich umiejętności oraz za rzetelność metodologiczną procesu coachingu, do którego zaprasza klienta.
9. Coaching łączy proces poszerzania świadomości klienta ze stymulowaniem go do planowania i podejmowania konkretnych działań. Coach stymuluje klienta do inicjowania konkretnych działań m.in. przez zachęcanie go do podejmowania decyzji, zobowiązań, tworzenia planów, realizowania zadań przynoszących zmianę na lepsze.
10. Coach pracuje m.in. poprzez aktywne słuchanie, zadawanie pytań, dzielenie się własnymi obserwacjami i intuicjami, a także poprzez wzmacnianie klienta – podkreślanie jego możliwości i zalet oraz poprzez docenianie jego sukcesów. Coach zachęca do wyciągania wniosków. Ważny jest w tej relacji humor i zmiana perspektywy.
11. Coach proponuje klientowi ogólną strukturę i strategię pracy w procesie coachingu, a następnie podąża za klientem, modyfikując tę strukturę i strategię stosownie do jego potrzeb.
12. Coach w swojej pracy kieruje się etyką zawodowa, której filarem jest zasada poufności. W przypadku programów sponsorowanych przez firmy coach przedstawia jedynie ogólny zarys wyniku procesu. Informacja jest uzgodniona z klientem coachingu.

Łódzki Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej

13. Relacja coachingowa jest przedmiotem obustronnej woli i zgody. Klient powinien mieć możliwość odmówienia współpracy z konkretnym coachem. Również coach może odmówić pracy z klientem, jeśli to jest sprzeczne z wyznawanymi przez niego wartościami, bądź w sytuacji gdy klient zamierza zrealizować cel niezgodny z interesem sponsora, z prawem czy powszechnie uznanymi normami społecznymi.