

Le undici competenze chiave del coaching secondo ICF

Le seguenti undici competenze chiave del coaching sono state sviluppate per fornire una maggiore comprensione rispetto alle capacità ed agli approcci utilizzati oggi nella professione del coaching secondo la International Coach Federation. Servono anche come base per calibrare il livello di allineamento tra la formazione specifica per coach e la formazione che avete ricevuto.

Infine queste competenze possono essere utilizzate per comprendere i criteri applicati nella valutazione degli esami per le certificazioni di ICF. Le competenze chiave sono distinte in quattro categorie che le raggruppano logicamente secondo modalità comunemente utilizzate. I gruppi e le singole competenze non sono valutati – non c'è alcuna priorità, sono tutte competenze chiavi e quindi requisiti professionali fondamentali per ogni coach.

A STABILIRE LE BASI

- **1 Ottemperare alle linee guida etiche e agli standard professionali** – Comprendere l'etica e gli standard del coaching e essere in grado di applicarli in maniera appropriata in tutte le situazioni di coaching.
 - Comprende e dimostra col suo comportamento le regole di condotta professionale previste da ICF (vedi sezione III del Codice Etico)
 - Comprende e segue le regole previste dal Codice Etico
 - Comunica con chiarezza le differenze tra coaching, consulenza, psicoterapia ed altre professioni di supporto
 - Suggerisce al cliente, se necessario, di rivolgersi ad un altro professionista di supporto, sapendo quando è necessario e quali sono le risorse esistenti
- **2 Stabilire l'accordo di coaching** – Capacità di comprendere ciò che è necessario nella specifica interazione di coaching e di concordare con il potenziale e nuovo cliente i termini del processo di coaching e della relazione

- Comprende e illustra efficacemente al cliente le linee guida ed i parametri specifici della relazione di coaching (ad es: la logistica, i compensi, il calendario dell'attività, qualsiasi altro dettaglio che sia attinente)
- Concorda insieme al cliente cosa è appropriato all'interno della relazione e cosa non lo è, cosa viene e non viene offerto, e le responsabilità reciproche
- Rileva se vi sia effettiva armonia tra il proprio metodo di coaching e le necessità del potenziale cliente

B CO-CREARE LA RELAZIONE

- **3 Stabilire fiducia e vicinanza con il cliente** – Capacità di creare un ambiente sicuro e di supporto che genera continuo rispetto reciproco e fiducia
 - Dimostra un interesse sincero per il benessere del cliente e per il suo futuro
 - Dimostra sempre integrità personale, onestà e sincerità
 - Stabilisce accordi chiari e mantiene le promesse
 - Manifesta rispetto per le percezioni del cliente, il suo stile di apprendimento, il suo modo di essere
 - Offre supporto continuo e incoraggia nuovi comportamenti ed azioni del cliente, compresi quelli che rischio coinvolgono l'assunzione di rischi e la paura di fallire
 - Chiede autorizzazione ad esplorare con il cliente nuove aree sensibili e delicate
- **4 Presenza nel coaching** - Abilità di essere completamente consapevole e di creare una relazione spontanea con il cliente, impiegando uno stile aperto, flessibile e fiducioso
 - È presente e flessibile durante il processo di coaching, adeguandosi alla situazione
 - Accede alla propria intuizione, e confida nelle proprie sensazioni interiori, "segue la propria pancia"
 - È aperto al non sapere e ad assumere rischi
 - Vede diversi modi di lavorare con il cliente e sceglie al momento ciò che è più efficace
 - usa efficacemente l'umorismo per creare leggerezza ed energia
 - Cambia prospettiva con fiducia e sperimenta nuove possibilità di azione
 - Dimostra fiducia nell'affrontare emozioni forti, nel gestirle senza esserne travolto o condizionato dalle emozioni del cliente.

- **C COMUNICARE CON EFFICACIA**

- **5 Ascolto attivo** – Capacità di concentrarsi completamente su ciò che il cliente sta dicendo e non sta dicendo, di comprendere il significato di ciò che viene detto nel contesto dei desideri del cliente, e di sostenere l'espressione di sé del cliente.
 - Si dedica al cliente e al suo programma, e non al programma che il coach ha per il cliente
 - Ascolta le questioni del cliente, i suoi obiettivi, i suoi valori e le convinzioni a proposito di ciò che è o non è possibile
 - Distingue tra le parole, il tono della voce, ed il linguaggio del corpo
 - Riassume, parafrasa, reitera, rispecchia ciò che il cliente ha detto, per assicurare chiarezza e comprensione
 - Incoraggia, accetta, esplora e sostiene il cliente nell'espressione di sentimenti, percezioni, questioni, convinzioni e suggerimenti
 - Integra ed elabora le idee ed i suggerimenti del cliente
 - Focalizza o riconosce l'essenza della comunicazione del cliente e lo aiuta ad arrivarci, piuttosto che dilungarsi in lunghe descrizioni
 - Permette al cliente di dar libero sfogo e di chiarire la situazione senza dare giudizi o pareri, allo scopo di passare alla fase successiva
- **6 Domande Potenti** – Capacità di porre domande che portano alla superficie le informazioni necessarie per beneficiare al massimo la relazione di coaching ed il cliente.
 - Fa domande che riflettono ascolto attivo e comprensione della prospettiva del cliente
 - Fa domande che stimolano scoperta, introspezione, impegno o azione (ad es.: quelle domande che sfidano le supposizioni del cliente)
 - Fa domande aperte per creare maggiore chiarezza, possibilità o nuovi apprendimenti
 - Fa domande che spingono il cliente verso ciò che desidera, e non domande che richiedono al cliente di giustificarsi o di guardare indietro.
- **7 Comunicazione diretta** – Capacità di comunicare in modo efficace nel corso delle sessioni di coaching e di utilizzare un linguaggio che abbia il maggior impatto positivo sul cliente
 - È chiaro, articolato e diretto nel condividere ed offrire

feedback

- Riformula e si esprime con chiarezza per aiutare il cliente a capire da un'altra prospettiva ciò che vuole o ciò che di cui non è certo
- Formula con chiarezza gli obiettivi del coaching, l'agenda degli incontri, lo scopo di tecniche o esercizi.
- Usa un linguaggio appropriato e rispettoso verso il cliente (ad es.: non-sessista, non razzista, non-tecnico, non-gergale)
- Utilizza metafore ed analogie per aiutare a illustrare un certo punto o a dipingere una raffigurazione verbale.

- **D FACILITARE APPRENDIMENTO E RISULTATI**

- **8 Creare consapevolezza** – Capacità di integrare e di valutare con precisione diverse fonti di informazione, e di fare interpretazioni che aiutino il cliente a ottenere consapevolezza e quindi raggiungere risultati prefissati

- Va oltre ciò che viene detto quando valuta le questioni del cliente, senza rimanere attaccato alle parole del cliente
- Esplora per ottenere una maggiore comprensione, consapevolezza e chiarezza
- Identifica per il cliente le questioni sottostanti, le modalità ricorrenti di vedere sé stesso ed il mondo, le differenze tra fatti ed interpretazioni, le dissomiglianze tra pensieri, sensazioni ed azioni
- Aiuta i clienti a scoprire da soli nuovi pensieri, convinzioni, percezioni, emozioni, umori, ecc., che rafforzano la loro capacità di agire e di ottenere ciò che è importante per loro
- Comunica ai clienti prospettive più ampie e li ispira ad impegnarsi a cambiare il loro punto di vista per scoprire nuove possibilità di azione
- Aiuta i clienti a vedere i diversi fattori interrelati che influiscono su di loro e sui loro comportamenti (ad es: pensieri, emozioni, il corpo, i trascorsi personali)
- Esprime al cliente le proprie intuizioni con una modalità utile e significativa
- Identifica i maggiori punti di forza così come le aree che necessitano di maggiore crescita e apprendimento, e ciò dove maggiormente puntare durante il coaching
- Quando scopre una differenza tra quanto il cliente dice e quanto fa, chiede al cliente di distinguere tra situazioni insignificanti e importanti, tra comportamenti situazionali rispetto a comportamenti ricorrenti,.

- **9 Progettazione di azioni** – Capacità di creare con il cliente

opportunità per l'apprendimento, durante il coaching e in situazioni di lavoro/vita e per intraprendere nuove azioni che porteranno il più efficacemente possibile ai risultati di coaching prefissati

- Fa brainstorming col cliente e lo aiuta a definire azioni che capace gli permetteranno di dimostrare, mettere in pratica e di approfondire i nuovi apprendimenti.
- Aiuta il cliente a focalizzarsi e ad esplorare sistematicamente questioni e opportunità specifiche che sono fondamentali per gli obiettivi di coaching prefissati
- Stimola il cliente a esplorare idee e soluzioni alternative, a valutare opzioni, e a prendere le decisioni correlate
- Promuove sperimentazione attiva e scoperta di sé, in cui il cliente applica immediatamente dopo la sessione, nel suo ambito professionale o privato, ciò che è stato discusso e appreso.
- Celebra i successi del cliente e le sue capacità di crescita futura
- Sfida le supposizioni e le percezioni del cliente per provocare la nascita di nuove idee e trovare nuove possibilità di azione
- Sostiene o porta avanti punti di vista allineati agli obiettivi del cliente e, senza attaccamento, chiede al cliente di considerarli
- Aiuta il cliente nell'impegnarsi ad agire ora, durante la sessione di coaching, offrendo supporto immediato
- Incoraggia le sfide, ma anche un ritmo di apprendimento confortevole
- **10 Pianificare e stabilire obiettivi** – Capacità di sviluppare e mantenere un piano di coaching efficace con il cliente
 - Consolida le informazioni raccolte e stabilisce con il cliente un piano di coaching e degli obiettivi di sviluppo che riguardano le sue questioni e le maggiori aree di apprendimento e di crescita
 - Crea un piano con risultati che siano realizzabili, misurabili, specifici e che abbiano delle scadenze precise
 - Adegua il piano quando l'andamento del processo di coaching e il cambiamento della situazione lo richiedono
 - Aiuta il cliente ad identificare e ad accedere a diverse risorse di apprendimento (ad es.: libri, altri professionisti)
 - Identifica e definisce i primi successi che siano importanti per il cliente
- **11 Gestire i progressi e le responsabilità** – Capacità di

mantenere l'attenzione su ciò che è importante per il cliente e di lasciargli la responsabilità di agire.

- Chiede con chiarezza al cliente quali sono le azioni che lo porteranno verso gli obiettivi prefissati
- Dimostra di seguire lo sviluppo del processo di coaching chiedendo al cliente lo stato degli impegni presi durante la/le sessione/i precedente/i
- Riconosce al cliente ciò che ha fatto, non ha fatto, ha appreso o di cui ha preso consapevolezza dalla/le sessione/i precedente/i
- Prepara, organizza e rivede efficacemente col cliente le informazioni ottenute durante le sessioni
- Mantiene focalizzato il cliente tra una sessione e un'altra sul piano di coaching e i risultati, le azioni concordate e i temi per le sessioni future
- Si concentra sul piano di coaching, ma è anche aperto ad adattare comportamenti ed azioni secondo l'andamento del processo di coaching e a cambiare direzione durante le sessioni
- È capace di spostarsi fra il quadro generale di movimento del cliente, lo sviluppo di un contesto per quanto viene discusso, e la destinazione dove il cliente desidera andare
- Promuove l'autodisciplina del cliente e lo rende garante per ciò che dice di fare, per i risultati di un'azione prevista, o per un piano specifico con le relative scadenze
- Sviluppa la capacità del cliente di prendere decisioni, di affrontare le questioni chiave, e di promuovere il proprio sviluppo (nell'ottenere feedback, nel determinare priorità e definire tempi di apprendimento, nel riflettere ed imparare dalle esperienze)
- Confronta in modo positivo il cliente col fatto di non aver completato le azioni concordate