



pod lupą



„Liderzy, którzy kształtują i wychowują przyszłych Liderów, pomnażają swoją efektywność”

John C. Maxwell
„Tworzyć Liderów”

Podłuchane i podpatrzone z Terenu ...

Czy aby na pewno wiesz, co może Ci dać coaching? czyli wstęp do D3

Każdy menedżer, któremu przyszło współpracować z innymi i co więcej odpowiadać za rezultaty ich działań, jest świadom roli coachingu. Wszak coaching jest aktywnością umożliwiającą menedżerom pracę z podopiecznymi nad ich umiejętnościami, rozwojem, przekazywaniem wiedzy, wartości, zmianą przekonań i zachowań.

Ten, kto miał okazję zaistnieć w roli coacha, wie też, że coaching pochłania najcenniejsze i najbardziej cenne aktywa każdego menedżera, czyli czas.

Drogi LS, można powiedzieć, że jesteś menedżerem. Jak wiesz, praca menedżera polega na uzyskiwaniu określonych rezultatów poprzez dostępne mu zasoby. Doskonale znasz zakres swojej odpowiedzialności; cele, jakie stawia przed Tobą firma oraz oczekiwania co do rezultatów, jakie ma wypracować Twój miniokręg w każdym Katalogu. Znasz harmonogram i strategię działań na każdy kwartał. Odpowiadasz za wynik, planowanie i organizację pracy okręgu. Innymi słowy, nie nudzisz się i masz co robić. Zapewne zastanawiasz się, jak w tym wszystkim znaleźć czas na coaching? Coaching wymagający tak dużo czasu i wysiłku? Czy warto się tym zajmować?

Ano, warto! Otóż, okazuje się, że jeśli proces coachingu kończy się sukcesem, praca menedżera staje się łatwiejsza, a szanse na rozwój i realizację celów rosną. Coaching jest zatem dobrą inwestycją. Zaangażowanie w nią czasu i wysiłków przynosi wiele korzyści. Oto wybrane z nich:



Przezwycięzanie problemów związanych z osiąganiem wyników	Czy masz w zespole Liderów, którzy nie radzą sobie z poszczególnymi aktywnościami? Jeden chaotycznie prowadzi mianowanie KK, drugi nie radzi sobie z rekrutacją Liderów, trzeci „pali” kontakty na prospectingu? A może któryś z Liderów w Twoim okręgu zawsze i wszędzie się spóźnia, z opóźnieniem wysyła raporty i sms’y z ważnymi komunikatami biznesowymi? A może jest taki, który wiecznie ma jakieś „ale”, jakby był przekonany, że wszystko działa na przekór niemu? Coaching może usunąć takie problemy. Przecież każde z tych niedociągnięć utrudnia Ci pracę. Nieprawdaż?
Tworzenie silnego zespołu zastępców (tzw. back’upów)	Czy aby na pewno jesteś świadom tego, że podnoszenie kwalifikacji innych ludzi prawie zawsze zwiększa szansę na Twój rozwój i awans? Nasz rozwój zawodowy niemal zawsze zależy od tego, w jaki sposób rozwijamy swoich współpracowników.
Zmniejszanie odpływu wartościowych ludzi	Czy rozmowom z kandydatami na Liderów poświęcasz dużo czasu? Czy wciąż szukasz na nowo Liderów do swego biznesu i borykasz się z tym, że co zamianujesz nowego Lidera, to inny Ci z biznesu ucieka? Czy masz do czynienia z dużą rotacją Liderów i Konsultantek w swoim biznesie? A może szkolenie wciąż nowych nowych pochłania Ci dużo czasu? Problem można rozwiązać za pomocą coachingu, by ograniczyć rotację. Po udanym procesie coachingu ludzie okazują większą lojalność, są bardziej zmotywowani.
Rozwijanie umiejętności podopiecznych (LS i KK)	Jak sądzisz, czy Lider z nowymi umiejętnościami jest w stanie lepiej wykonać swoje zadania? A czy taki Lider, który nabył nowe umiejętności, np. w zakresie prowadzenia Nowej Szansy, jest w stanie Cię zastąpić? Przejąć część innych zadań, które „zjadają” Twój cenny czas? Czy nie warto się tym zająć, by mieć więcej czasu na myślenie, motywowanie i planowanie?
Zwiększanie produktywności	Czy nie jest przypadkiem tak, że dzięki coachingowi przekazujemy innym bardziej specjalistyczną wiedzę i uczymy ich większej efektywności, przez co oni osiągają szybciej swoje cele? Jakie jest prawdopodobieństwo, że Twój miniokręg będzie się w takich okolicznościach rozwijał prężniej i szybciej? Jaki to może mieć wpływ na wzrost jego pozycji w programach dla Liderów?
Pielęgnowanie atmosfery współpracy, pogłębianie relacji	Wszyscy wiemy, co jest podstawą kontaktów w Avonie. Wszyscy zdajemy sobie sprawę z wagi i mocy zbudowanych i sukcesywnie pogłębianych dobrych relacji. Czy Twoim zdaniem dobry coaching jest w stanie wpłynąć w pozytywny sposób na relacje pomiędzy Tobą a Twoimi LS i KK? Czy może stanowić okazję do naprawienia błędów, jeśli takowe miały miejsce w komunikacji pomiędzy Wami wcześniej? Odpowiedź jest oczywista: dobry coaching pogłębia satysfakcję ze współpracy i może polepszyć relacje pomiędzy zaangażowanymi osobami.



Mam nadzieję, iż podsumowując jedynie nieliczne z opisanych wyżej korzyści z coachingu, uświadomiłaś sobie, jak wiele dzięki temu procesowi możesz zyskać. Nie da się ukryć, COACHING JEST TWOIM WIELKIM SPRZYMIERZENIEM.

JAKIE OBSZARY DO COACHINGU WIDZISZ W SWOIM MINIOKRĘGU?

KTO SPOŚRÓD TWOICH LIDERÓW POTRZEBUJE COACHINGU?

KIEDY PROWADZIĆ COACHING I W JAKI SPOSÓB?

Teraz, kiedy już wiesz, jaki wpływ coaching może mieć na Twój biznes, pomyśl nad odpowiedziami na powyższe pytania.

KROK 1 - przeanalizuj wyniki swego miniokręgu pod kątem KPI's, realizacji planu sprzedaży i zastanów się, jakie wskaźniki „ciągną” Twój biznes w dół. Być może to parametry osiągane w LOA1-6, a może nikły rozwój ASLF? Jaką masz aktywność? Jak dużo kadry usuwasz w każdym Katalogu? Czy ratowność jest Twoją mocną stroną? A co powiesz o wartościach takich jak: średnia sprzedaż i średnie zamówienie KK?

Analiza kluczowych wskaźników pozwoli postawić Ci diagnozę. Kiedy odkryjesz, co wpływa na wynik w Twoim biznesie, warto zastanowić się nad tym, jakie aktywności „kuleją” oraz co za tym stoi? Jeśli jakość LOA jest niska, to może warto przyrzeć się jakości kontaktów szkoleniowych z nowymi KK, zaczynając od AT1, a kończąc na T4? Jeśli w rubryce „Mianowania LS” często przy numerze Twego Okręgu widnieje 0 lub 1, a rekrutacje na Liderów w Twoim biznesie odbywały się dzień w dzień, to może warto zapytać siebie i swój zespół, jakie są przyczyny takich rezultatów? Czy rekrutacje przebiegały zgodnie ze standardem? A może średnia mianowań na Liderów w Twoim okręgu oscyluje w granicach jedynki? A oczekiwanie w ramach 3x2 jest wyraźnie określone. Może prospecting i Nova Szansa wymagają coachingu i mogłyby stanowić receptę w tych okolicznościach?

KROK 2 - zastanów się, kto w gronie współpracujących z Tobą Liderów potrzebuje coachingu. W tym celu przygotuj listę osób, z którymi obecnie współpracujesz i które mogłyby skorzystać z efektywnego coachingu. Wybór ludzi do coachingu jest kluczowy. Nie dysponujesz przecież czasem dla wszystkich. W danym Katalogu pod Twoje skrzydła mogą dostać się wybrańcy. Wg jakiego klucza warto ich dobierać? Poniższe wskazówki powinny Ci pomóc:

KOGO COACHOWAĆ?

Nowy Lider w Twojej I generacji.

Nowy nabytek w Twoim zespole to zawsze nowa wielka nadzieja i kto wie, może wielki sukces i prawdziwa perła. Standard mówi, że ... takiej osobie poświęcamy systematycznie czas w ramach Kontaktów Rozwojowych D1-D4. Cały proces powinien się zamknąć w 6 Katalogach. Rzecz w tym, by teorię i demonstracje prowadzone w ramach poszczególnych kontaktów uzupełnić rzetelną i konsekwentną praktyką w Terenie. Jeśli tak zrobisz i dopilnujesz, by Lider posiadał wszystkie umiejętności w ramach procesu od prospectingu, poprzez 5 Czynników Sukcesu, skuteczny coaching, motywację, podstawy zarządzania zespołem oraz prowadzenia spotkań grupowych, Twój Lider w 7 LOA najprawdopodobniej będzie co najmniej SLZ.

Doświadczony LS z potencjałem to ktoś, kto może mieć lepsze wyniki, jeśli poradzi sobie z pewnymi niedociągnięciami. Ktoś, w kim widzisz przyszłość; z kim dobrze Ci się współpracuje, bo się chętnie uczy i stara się polepszać swoje rezultaty co Katalog. W dodatku taka osoba może zapewnić Ci w danym Katalogu duży wpływ na realizację kluczowych celów. Taka osoba potrzebuje Twojej pomocy w pokierowaniu. Dzięki niej jej motywacja jeszcze bardziej wzrośnie.

LS gotowy do podjęcia nowych zobowiązań, czyli taki, który już posiadał podstawowe umiejętności i bardzo chce się rozwijać dalej. Taki Lider to często kluczowa osoba w Twoim biznesie lub ktoś, kto taką kluczową osobą może się za jakiś czas stać. Mowa tu także o kimś, kto może Cię wyręczyć, zastąpić, oszczędzić Twój czas. Nie tylko zrobi to najlepiej, jak potrafi, ale postrzega to jako wyróżnienie i dowód zaufania. Jeśli masz co rozwijać u takiej osoby i wiesz, że poświęcony czas zagwarantuje Ci wynik, to warto w taką osobę ten czas zainwestować.



Wiesz już, w jakim zakresie szkolić i kogo. Uporządkuj jeszcze listę swoich celów i kandydatów do coachingu wg priorytetów, pomyśl nad tym, jakie rezultaty ma przynieść coaching i zaplanuj swój kalendarz.

Wyobraź sobie, że jesteś już po sesjach coachingowych z wybranymi osobami i posiadasz one wymagane umiejętności. Ukończyły proces coachingu celująco. Wdrożyły feedback i wszyscy widzą i odczuwają tego rezultaty w postaci wyników. O ile łatwiejsze mogą teraz być Twoje działania? O ile bardziej efektywne?

Warto jednak pamiętać, że nie w każdym przypadku coaching przynosi efekty. Niektóre przyzwyczajenia są tak głęboko zakorzenione, że nie sposób od razu dokonać ich korekty. Trudno też przekonać Lidera, który zawsze szuka usprawiedliwienia na zewnątrz, że może mieć wyniki, jeśli zmiany dokona w sobie. Takiej osobie, nawet jeśli bardzo tego pragniemy, nie da się pomóc. No, chyba, że w miarę upływu czasu, w toku coachingu, pozwoli się nam przekonać, że przyczyny należy szukać w niej samej, w jej zachowaniu, postawie czy zaangażowaniu.

Coaching jest procesem dwukierunkowym i wymaga dojrzałego podejścia od obydwu stron. W takiej sytuacji warto to osobie coachowanej uświadomić.



KROK 3 – do coachingu trzeba się przygotować. Zarówno pod kątem merytorycznym, jak i wiedzy nt coachowanej osoby. Rozmowę coachingową prowadzimy wg 7 KROKOW zdefiniowanych przez standard. Tematem tym zajmiemy się w kolejnym „Przeglądzie”. Pozostaje nam jeszcze udzielenie odpowiedzi na pytanie „Kiedy prowadzić coaching?”. Odpowiedź jest prosta i brzmi tak samo, jak znane nam wszystkim hasło zachęcające do prospectingu – „zawsze i wszędzie”. Kiedy zaglądasz w swój kalendarz, widzisz, z kim powinieneś pracować i nad czym. Widzisz też, że jest on wypełniony aktywnościami takimi jak demonstracje i obserwacje Kontaktów Szkoleniowych oraz Rozwojowych, Novej Szansy. Są w nim rozmowy 1:1, spotkania sprzedażne, prospecting. Każda z tych aktywności jest ważnym tematem do coachingu. Każdą z tych aktywności Twoi Liderzy powinni doskonalić i doskonalić, aż do momentu, gdy nauczą się ją prowadzić tak profesjonalnie i zgodnie ze standardem jak Ty. Codziennie jest więc czas na coaching.

Na deser, specjalnie dla Was historia pewnego coachingu - opowiedziana przez Miltona Ericksona – specjalistę w zakresie coachingu:

...Pewnego dnia na podwórko gospodarstwa, w którym zamieszkiwałem będąc dzieckiem, przywędrował nieznany koń. Nikt nie wiedział skąd przybył, a nie miał na sobie żadnego oznaczenia, które mogłoby nam pomóc ustalić jego pochodzenie. Nie mogło być mowy o zatrzymaniu konia, ponieważ z pewnością do kogoś należał.

Mój ojciec zdecydował odprowadzić go do domu. Wsiadł na niego, wyprowadził go na drogę i po prostu zaufał, że instynkt konia zawiezie go do jego domu. Interweniował jedynie wtedy, gdy koń schodził z drogi i zaczynał jeść trawę, albo zbacał w pola. Wówczas ojciec prowadził go z powrotem na drogę.

W ten sposób koń szybko wrócił do swego właściciela. Właściciel, gdy ujrzał konia nie krył zaskoczenia i zapytał ojca: Skąd wiedział Pan, że koń pochodzi właśnie stąd i należy do nas?

Na to ojciec odpowiedział: „Ja tego nie wiedziałem, to koń wiedział! Ja tylko pilnowałem, żeby nie zszedł z drogi”. Tym właśnie jest coaching.

W następnym „Przeglądzie” w sekcji „Pod lupą” ROZMOWA COACHINGOWA i kolejne tajniki coachingu.