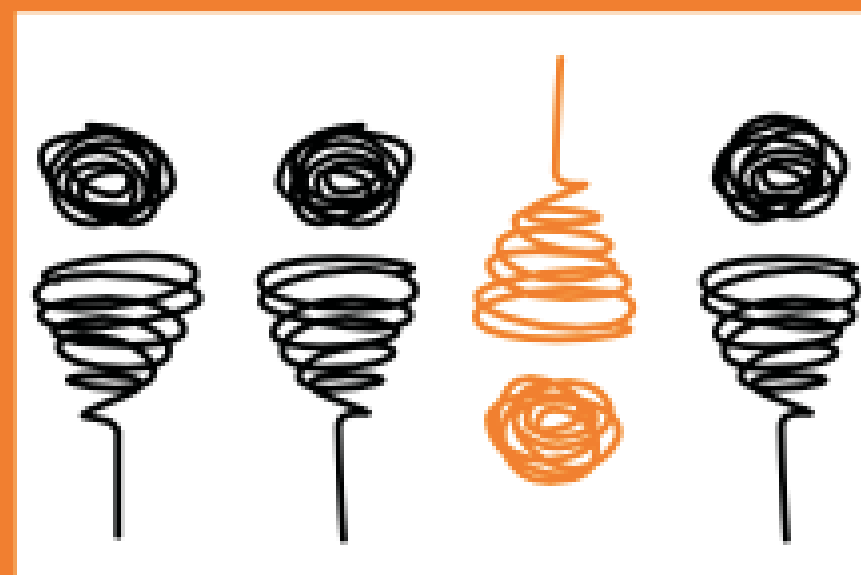
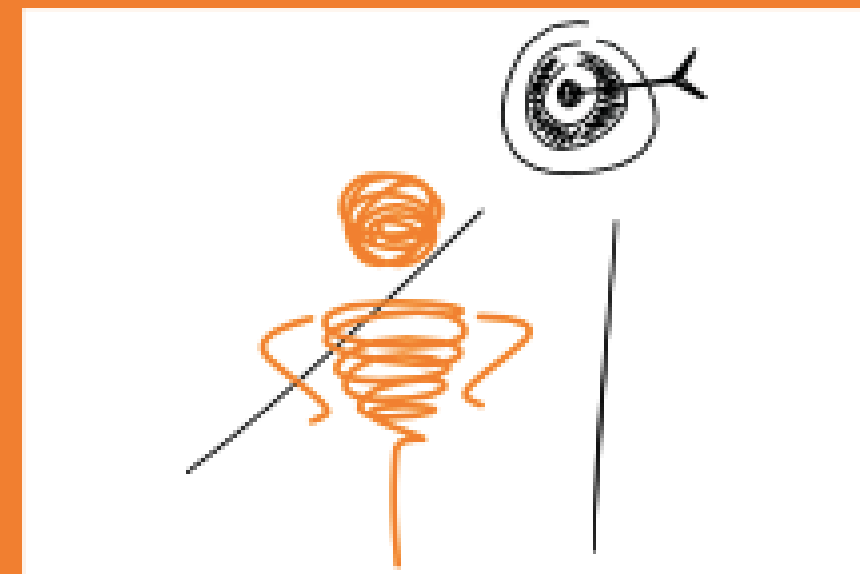
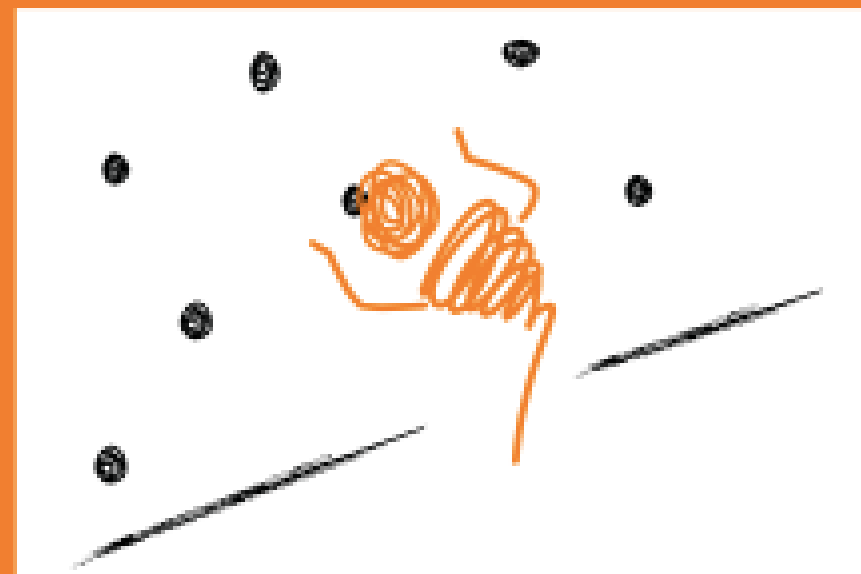


certificação internacional

COACHING

manual





FICHA TÉCNICA

Propriedade intelectual

Daniel Sá Nogueira e Marta Ferreira
danielsanogueira.com



© TODO o conteúdo deste manual tem direitos de autor. Todos os direitos reservados. Nenhuma parte deste manual pode ser usada, reproduzida ou transmitida de alguma maneira sem a prévia autorização de Daniel Sá Nogueira ou World Coaching Organization.

ÍNDICE AULA 5

- I TU JÁ ÉS COACH
 - II OS 4 R'S DO COACHING
 - III ROSA 1.0
 - IV O QUE É COACHING?
 - V PRESSUPOSTOS INTERNACIONAIS
 - VI ROSA 2.0
- REALIDADE 2.0
- OBJETIVOS 2.0
- SOLUÇÕES 2.0

AÇÃO 2.0 **ESTRUTURA DO PROCESSO**



(A)ÇÃO

A ROSA só existe por um motivo: para nos levar a agir. Se descobrirmos a nossa Realidade, estabelecermos os nossos Objetivos, pensarmos nas Soluções que nos levam a agir, o A é o motivo final da ROSA.

Agora, mais do que pessoas de ação, devemos ser pessoas de inovação!

Falar em inovação é falar em criatividade aplicada com resultados. Mas não basta ser criativo, é preciso inovar. Inovação é aplicar essa criatividade e obter resultados. A criatividade é a ferramenta para chegar à inovação. E como fazer para lá chegar?

O segredo é não desistir de ter ideias, ideias e mais ideias até que surja a ideia inovadora! Às vezes nunca chega, mas chegar às criativas já é qualquer coisa. Aqueles que ousaram ser criativos muitas vezes, e ainda mais, e mais, e mais, são aqueles que conseguem chegar à inovação. Não basta ter talento, é preciso trabalhar muito para que esse talento se traduza em resultados surpreendentes.

Observa estes exemplos:

- Bach escreveu uma cantata por semana, mesmo quando estava doente;
- Mozart produziu mais de 600 peças de música;
- Darwin escreveu 109 publicações, uma das quais a Teoria da Evolução;
- Einstein publicou 248 teses, uma das quais a teoria da relatividade;
- Freud publicou 350 teses;
- Rembrandt produziu 650 pinturas;
- Thomas Edison levou a cabo 2.000 experiências para inventar a lâmpada, 9.000 para aperfeiçoá-la;
- Picasso criou mais de 20.000 peças artísticas.


Por isso é tão importante agir! Faz muito, cria muito, investe muito! ("Trate a Vida por Tu", pág. 234).

PRÓXIMO PEQUENO PRIMEIRO PASSO

Qual é o Próximo Pequeno Primeiro Passo que podes dar?

Esta pergunta/ferramenta é boa para sessões da fase inicial do processo em que ainda não foram encontradas muitas soluções nem foi feito um grande brainstorming. É boa também para clientes que têm dificuldade em definir ações realistas.

PPPP



Neste último caso, o cliente pode não ouvir a palavra "Pequeno" da pergunta. Assim devemos voltar a repetir a pergunta até que a ação seja suficientemente pequena para que o cliente não tenha dificuldade em fazê-la.

TÉCNICA DE CONVERGÊNCIA

Caso seja uma sessão em que já foi feito um brainstorming de soluções, pode-se realizar a seguinte técnica de convergência, fazendo as seguintes perguntas:

- "Vais olhar para as tuas ideias (brainstorming) e vais assinalar as que achas que têm lógica"
- "Agora dessas escolhe as 5 que poderias implementar em breve."
- "Agora dessas 5 escolhe 3. Das 3 escolhe 2."
- "Se eu tivesse uma varinha mágica que realizasse uma dessas 2 ideias, qual escolherias? Então qual vais fazer já esta semana?"

FUNIL



Esta é a parte onde o cliente percebe que vai mesmo ter que fazer algo e não apenas pensar e falar no assunto. É a fase onde se começa a convergir e a afunilar de forma a encontrar uma ação o mais específica possível.

É, sem dúvida a fase mais importante da ROSA! Pode acontecer de tudo numa sessão de coaching em relação a qualquer uma das outras fases, mas não é possível terminar uma sessão sem Ação (sem TPC!!!).

O QUÊ?

- Destas Soluções todas, qual queres fazer já esta semana?
- O que vais fazer exatamente relativamente a essa ideia?

COM QUEM?

É importantíssimo envolver alguém no processo da ação.

A maior parte dos TPCs devem passar por envolver uma terceira pessoa. Desta forma estamos a criar condições no cliente para que se torne autónomo, mesmo depois de terminarmos o processo de coaching.

A pergunta poderá ser:

- "A quem vais pedir para te perguntar se fizeste esta ação?"
- "Sem ser comigo (Coach), quem mais podemos envolver nisto?"

QUANDO?

Marcar data ou frequência. Quanto mais específica for, melhor. Isto leva o cliente a pensar exatamente quando vai fazer, automaticamente isto cria um compromisso maior dentro dele. Com isto o cliente deve chegar ao fim de uma sessão com um TPC específico e com o dia e hora em que vai fazer, e com quem o vai fazer ou partilhar.

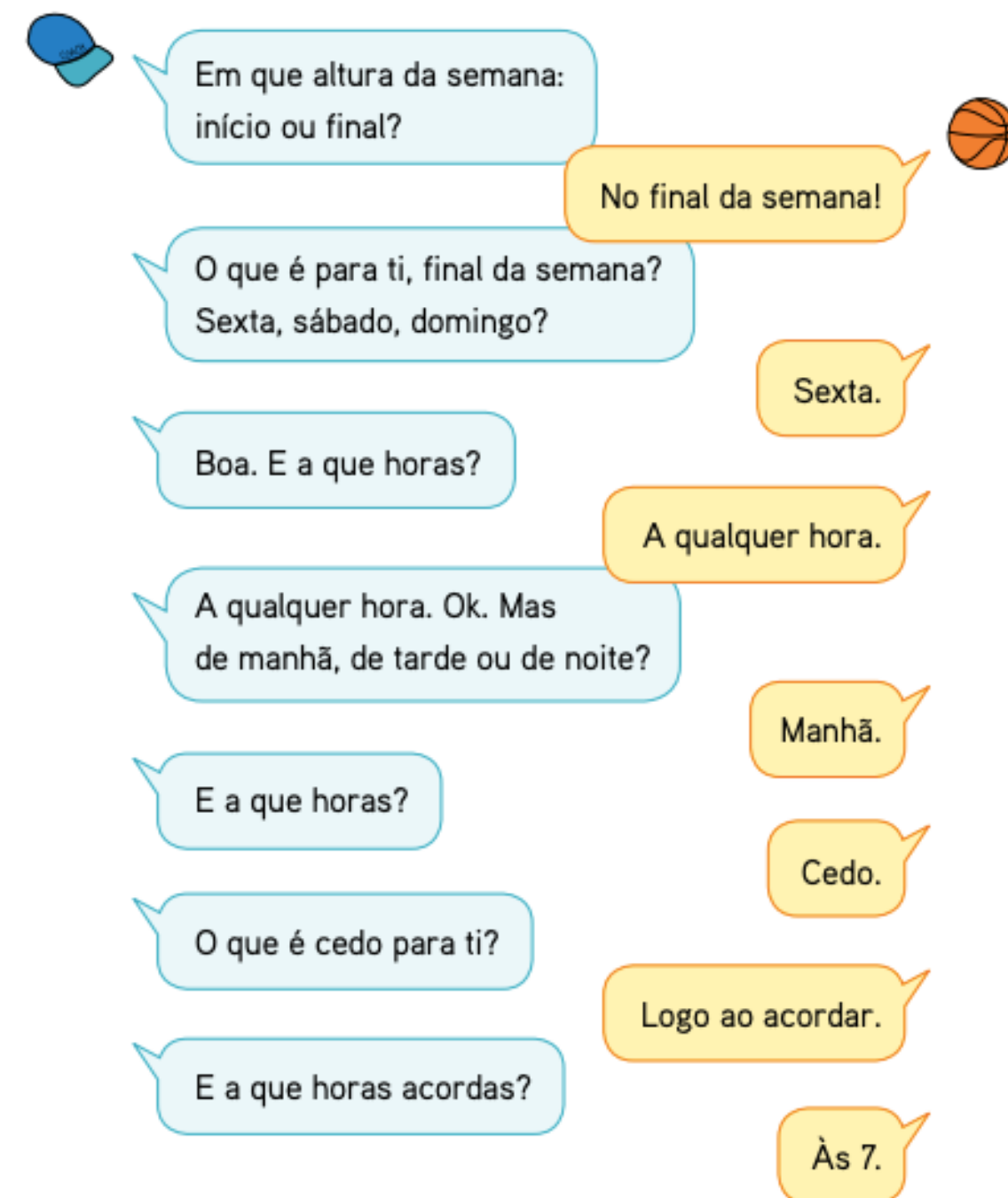
COMPROMISSO

compromisso !!

Nas primeiras sessões podemos pedir também ao cliente que nos envie uma sms depois de fazer a ação, a confirmar a mesma. Claro que se ele recusar não forçamos, porém se depois não fizer o TPC já temos mais força para pedir que numa sessão seguinte que nos envie a sms.

Caso aceite, podemos pedir-lhe também, se podemos nós enviar uma sms caso ele se esqueça de enviar a dele. O que vai acontecer é que assim que ele receba a nossa sms a perguntar se a ação foi feita, vai imediatamente fazê-la para depois responder a dizer que já a fez?

Quando falamos em sms, referimo-nos a qualquer outro modo, como telefonema ou e-mail. O Coach deve ser flexível para perceber qual o método melhor para o cliente.



APERTO DE MÃO

O aperto de mão após a definição do TPC é muito importante pois é o arquétipo de compromisso. Se o cliente não fizer o TPC não há falhanço, há somente feedback. Talvez o problema esteja mesmo no tipo de TPC ou na má explicação da importância do TPC para o processo de coaching.

NO FINAL

Quando já houver uma ação definida pelo próprio cliente, então o Coach pode dar uma sugestão EXTRA de TPC. Ou seja, agora sim neste momento o Coach liberta-se um pouco mais.

É nesta altura em que o Coach põe tudo o que tem (polivalências, ferramentas, conhecimentos, experiência de vida) ao serviço do cliente. Aliás, sem dúvida que de três em três sessões, mais ou menos, podes desafiar o cliente com um TPC extra, para além daquele que o próprio cliente escolheu. No entanto, isto varia conforme a pessoa que tenhamos à frente e o nível no qual está o processo do teu cliente.

DICAS PARA O SUCESSO DESTA FASE

PLANOS DE AÇÃO:

É nesta fase que começamos a trabalhar sobre a criação de um plano de ação para dar seguimento à sessão.

Lembra-te: coaching sem ação não é coaching! Por isso, em todas as sessões deves fazer uma ROSA, passar pelas 4 fases e terminar sempre com um plano de ação muito concreto sobre o que o cliente sugere fazer durante a semana e até à sua próxima sessão.

Aqui fica um exemplo de um plano de ação:

- **O que vou fazer?** Correr 3x por semana
- **Quando?** Segunda, Quarta e Sexta
- **A que horas?** Depois de sair do trabalho
- **Com quem?** Sozinho
- **Possíveis obstáculos?** Preguiça e falta de tempo
- **Como podes antecipar já esses obstáculos?** Levo o equipamento na mala do carro e vou fechar a minha agenda de trabalho ao fim do dia nesses dias
- **Vantagens de fazer?** Sentir-me mais saudável e fit
- **Como me posso lembrar?** Pôr um alarme no telemóvel
- **Como vou celebrar?** Vou ao cinema

TPC's:

As tarefas entre as sessões são uma prioridade do coaching. Muita da aprendizagem vem dos tpc's realizados entre as sessões.

Por isso, lembra-te sempre, no final da sessão, de pedir ao teu coachee para sugerir as tarefas que ele gostaria de realizar na próxima semana para colocar em ação, quais esses primeiros pequenos passos que ele pode dar já. Depois coloca cada um deles em forma de uma ação concreta (quando, como, onde).

Mesmo assim, alguns clientes sentem enorme dificuldade em agir. Neste caso, procura sempre o passo mais pequeno que a pessoa possa dar. Se não agimos é porque o passo ainda não é pequeno o suficiente.

Lembra-te que "todas as viagens começam com um pequeno passo".

COMPROMISSO E PENALIZAÇÕES:

Por vezes, alguns clientes mostram mesmo muita dificuldade em agir. Às vezes poderás ter que recorrer ao estabelecimento de uma espécie de multa com o teu cliente caso ele não cumpra a sua tarefa.

Todos seres humanos fogem da dor e, por vezes, no coaching temos necessidade de usar um pouco mais de energia masculina/desafio para ajudar.

Podes mesmo colocar-lhe a questão: "O que acontece caso não realizes a tua ação? Qual vai ser o teu castigo?"

ACOMPANHAMENTO E RESPONSABILIZAÇÃO:

A função de um coach é dar acompanhamento ao seu cliente. No entanto, a responsabilidade deve sempre ficar do lado dele.

Como coaches somos responsáveis pela orientação do processo. Depois, o cliente deve definir as estratégias necessárias para que consiga dar os passos que quer.

Devemos acompanhá-lo e perceber sempre o que pode ter levado à não realização de tarefas. Acima de tudo, estar focado em encontrar melhores estratégias para o levar à ação.

Podemos relembrar o cliente que isso é responsabilidade dele e que, juntos, podemos encontrar melhores soluções. Ainda assim, agir ou não agir é uma escolha dele.

(A)ÇÃO RESUMO

1. QUAL É A SOLUÇÃO QUE TEM MAGIA?
2. QUAL É A SOLUÇÃO QUE FAZ SENTIDO?
3. O QUE É QUE VAIS FAZER EXACTAMENTE?
4. COMO VAIS SABER QUE CONSEQUISTE?
5. FUNIL: O QUÊ? QUANDO? COM QUEM?
6. COMPROMISSO: APERTO DE MÃO

A stylized world map with continents in various colors: North America in purple, South America in blue, Africa in yellow, Europe in purple, and Asia in red. The map is positioned on the left and right sides of the page, framing the central text.

ESTRUTURA DO PROCESSO

Micro e Macro ROSA

A estrutura que vais encontrar de seguida é apenas um exemplo de um modelo de estrutura de um processo de coaching utilizando a metodologia da ROSA 2.0.

No entanto, é importante relembrar que cada processo será particular e correrá de forma diferente porque os nossos clientes são todos diferentes e encontram facilidade e dificuldade em fases distintas do processo.

Como coach deves em alguma medida, tocar em todas estas fases da maneira proposta, mas com algum grau de flexibilidade, lembrando sempre que um processo de coaching é uma integração constante entre a metodologia que tu, como coach, deves seguir e aquilo que cada cliente vai precisando a cada momento.

Esperamos que te ajude :)

Boas sessões e bons processos!

ESTRUTURA DO PROCESSO

aprox. 1ª a 2ª Sessões

MICRO

R

- CONVERSA DE CIRCUNSTÂNCIA, CRIAÇÃO DE RAPPORT INICIAL
- CONHECER A REALIDADE DO CLIENTE
 - "PORQUE ESTÁS AQUI? O QUE SE PASSA? EM QUE POSSO AJUDAR? FALA-ME UM POUCO MAIS DE TI. QUEM ÉS TU?"
- PIZZA DA VIDA
 - PREENCHER A PIZZA
 - APROFUNDAR CADA FATIA COM PERGUNTAS SOBRE O POSITIVO E NEGATIVO (SHANTI-SHANTI/COMPLICÓMETRO)
 - ANÁLISE FINAL DA PIZZA COM PERGUNTAS SOBRE O POSITIVO E NEGATIVO (SHANTI-SHANTI/COMPLICÓMETRO)

O

- ESCOLHER FATIA DE ALAVANCAGEM
 - 5, 3, 2, GÉNIO

S

- PEQUENO BRAINSTORMING DE 3 A 5 SOLUÇÕES NESTA FASE JÁ É ÓTIMO.
 - "QUAL PODERIA SER UM PRÓXIMO PRIMEIRO PEQUENO PASSO PARA COMEÇARES JÁ A MELHORAR ESSA FATIA/ÁREA DE VIDA QUE TE TROUXE CÁ? "

A

- O CLIENTE ESCOLHE UMA DESSAS IDEIAS PARA FAZER JÁ NESTA SEMANA (TPC)
- FUNIL
 - "O QUE VAIS FAZER EXATAMENTE? COM QUEM? QUANDO?"
- COMPROMISSO

ESTRUTURA DO PROCESSO

aprox. 3^a a 4^a Sessões

MICRO

R

- CONVERSA DE CIRCUNSTÂNCIA, CRIAÇÃO DE RAPPORT INICIAL
- REALIDADE SOBRE COMO CORREU A SEMANA, POSITIVO E NEGATIVO
- REALIDADE SOBRE COMO CORREU O TPC, POSITIVO E NEGATIVO

O

- CONFIRMAR E FINALIZAR A ESCOLHA DA FATIA DE ALAVANCAGEM
- COMEÇAR E FINALIZAR A DEFINIÇÃO DO OBJETIVO GURU EM META +
 - "QUAL SERIA UM OBJETIVO TÃO GRANDE, TÃO GRANDE (NESTA FATIA) QUE TENS UMA VOZINHA DENTRO DE TI A DIZER QUE NÃO É POSSÍVEL?"
- DEFINIR OBJETIVO BEBE
 - "QUAL SERIA UM OBJETIVO TÃO PEQUENO, TÃO PEQUENO QUE TENS A CERTEZA ABSOLUTA QUE CONSEGUES?"

S

- BRAINSTORMING DE 10 A 15 SOLUÇÕES NESTA FASE JÁ É ÓTIMO.
 - "VAMOS TER UMAS IDEIAS DAQUILO QUE PODERIAS FAZER PARA CHEGARES AO TEU OBJETIVO GURU"

A

- O CLIENTE ESCOLHE UMA DESSAS IDEIAS PARA FAZER JÁ NESSA SEMANA (TPC)
- FUNIL
 - "O QUE VAIS FAZER EXATAMENTE? COM QUEM? QUANDO?"
- COMPROMISSO

ESTRUTURA DO PROCESSO

aprox. 5^a a 6^a Sessões

MICRO

R

- CONVERSA DE CIRCUNSTÂNCIA, CRIAÇÃO DE RAPPORT INICIAL
- REALIDADE SOBRE COMO CORREU A SEMANA, POSITIVO E NEGATIVO
- REALIDADE SOBRE COMO CORREU O TPC, POSITIVO E NEGATIVO

O

- REPETIR O OBJETIVO GURU
- REPETIR O OBJETIVO BEBE E CONFIRMAR SE SE MANTÉM O OBJETIVO BEBE, OU DEFINIR UM NOVO CASO O CLIENTE JÁ TENHA CONCRETIZADO O DEFINIDO ANTERIORMENTE.

S

- FAZER PERGUNTA DE MUDANÇA DE PARADIGMA
- FAZER JÁ UM GRANDE BRAINSTORMING DE SOLUÇÕES PARA O OBJETIVO GURU
 - O GRANDE OBJETIVO É CHEGAREM JUNTOS ÀS 40 IDEIAS NUMA DESTAS SESSÕES E O CLIENTE TER ALGUMA MUDANÇA DE PARADIGMA. PARA ISTO, LEMBRA-TE DE PERMITIR O ABSURDO DURANTE O BRAINSTORMING.
- PARA ALÉM DO BRAINSTORMING DAS IDEIAS PARA O OBJETIVO GURU PODEM FAZER OUTROS BRAINSTORMINGS PARA ULTRAPASSAR ALGUMA DIFICULDADE PARA AVANÇAR QUE O CLIENTE ESTEJA A ENCONTRAR ENTRE SESSÕES.
- PODES PROPÔR UM EXERCÍCIO QUE TENHAS ESTUDADO E QUE FAÇA SENTIDO PARA O OBJETIVO DO CLIENTE OU PARA AS DIFICULDADES QUE ELE ESTÁ A ENCONTRAR.

A

- O CLIENTE ESCOLHE UMA DESSAS IDEIAS PARA FAZER JÁ NESSA SEMANA (TPC)
- FUNIL
 - "O QUE VAIS FAZER EXATAMENTE? COM QUEM? QUANDO?"
- COMPROMISSO
- PODES PROPÔR UM TPC EXTRA ÀQUELE QUE O CLIENTE DEFINE POR SI.

ESTRUTURA DO PROCESSO

aprox. 7^a a 8^a Sessões

MICRO

R

- CONVERSA DE CIRCUNSTÂNCIA, CRIAÇÃO DE RAPPORT INICIAL
- REALIDADE SOBRE COMO CORREU A SEMANA, POSITIVO E NEGATIVO
- REALIDADE SOBRE COMO CORREU O TPC, POSITIVO E NEGATIVO

O

- REPETIR SEMPRE O OBJETIVO GURU
- REPETIR O OBJETIVO BEBE OU DEFINIR UM NOVO CASO O CLIENTE JÁ TENHA CONCRETIZADO O DEFINIDO ANTERIORMENTE.

S

- OLHAR PARA OS BRAINSTORMINGS ANTERIORES E PERCEBER OS PRÓXIMOS PASSOS.
- PARA ALÉM DO BRAINSTORMING DAS IDEIAS PARA O OBJETIVO GURU PODES FAZER OUTROS BRAINSTORMINGS PARA ULTRAPASSAR ALGUMA DIFICULDADE QUE O CLIENTE ESTEJA A ENCONTRAR ENTRE SESSÕES.
- COMEÇAR A DESAFIAR MAIS, A SER MAIS YANG, A EMPURRAR O CLIENTE PARA SAIR DA ZONA DE CONFORTO.

A

- NESTA FASE JÁ TEM DE ESTAR A HAVER AVANÇOS E RESULTADOS A APARECER.
- SE O CLIENTE TEM DIFICULDADE EM FAZER OS TPCS ESTE É O ÚLTIMO MOMENTO PARA ABORDAR ESSA QUESTÃO E, SE FOR PRECISO, PASSAR UMA SESSÃO INTEIRA A ABORDAR ESSA QUESTÃO.
- O CLIENTE ESCOLHE VÁRIAS IDEIAS PARA FAZER JÁ NESTA SEMANA (AUMENTA O NÚMERO DE TPCS)
- CRIAR UMA ROTINA DURANTE A SEMANA PARA SE DEDICAR AO SEU OBJETIVO
- PODES CONTINUAR A SUGERIR TPCS EXTRAS AOS QUE O CLIENTE DEFINIR PARA SI, E AGORA AINDA MAIS DESAFIANTES.
- FUNIL
 - "O QUE VAIS FAZER EXATAMENTE? COM QUEM? QUANDO?"
- COMPROMISSO

ESTRUTURA DO PROCESSO

aprox. 9ª a 10ª Sessões

MICRO

R

- CONVERSA DE CIRCUNSTÂNCIA, CRIAÇÃO DE RAPPORT INICIAL
- REALIDADE SOBRE COMO CORREU A SEMANA, POSITIVO E NEGATIVO
- REALIDADE SOBRE COMO CORREU O TPC, POSITIVO E NEGATIVO

O

- REPETIR SEMPRE O OBJETIVO GURU

S

- OLHAR PARA OS BRAINSTORMINGS ANTERIORES E PERCEBER OS PRÓXIMOS PASSOS.
- RESOLVER ALGUMA QUESTÃO PARTICULAR DESSA SEMANA

A

- FUNIL
 - "O QUE VAIS FAZER ESTA SEMANA EXATAMENTE? COM QUEM? QUANDO?"
- COMPROMISSO

S

SUSTENTÁVEL

- COMEÇAR A CRIAR CONDIÇÕES PARA QUE O PROCESSO CONTINUE SEM O COACH:
 - O "COM QUEM" COMEÇA A TER AINDA MAIS IMPORTÂNCIA
 - CRIAR UM PLANO DE LONGO PRAZO COM O CLIENTE
 - PENSAR EM EVENTUAIS DIFICULDADES E BARREIRAS E COMEÇAR JÁ A TRABALHAR SOBRE ELAS.
 - CRIAR UMA ROTINA DE FOCO PARA O CLIENTE PARA TRABALHAR SOBRE O SEU OBJETIVO GURU SEMANALMENTE
 - COMEÇAR A DAR INFORMAÇÃO AO CLIENTE PARA ELE FAZER AUTO-COACHING, PODEMOS PARTILHAR A ROSA COM ELE.
 - SUGERIR O AUTO-COACHING COMO TPC