

With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



COACHING



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



COACHING STRATEGICZNY



**STRATEGIC
COACHING**



Czym jest profesjonalny coaching?

Coaching to forma rozwoju, w której doświadczona osoba zwana „coachem” wspiera uczącego się lub klienta w osiągnięciu określonego celu osobistego lub zawodowego poprzez szkolenia i wskazówki.





Typy profesjonalnego coachingu

Ogólna klasyfikacja rozróżnia następujące rodzaje coachingu indywidualnego i grupowego / organizacyjnego

Coaching indywidualny	Coaching grupowy / organizacyjny
Coaching kariery	Coaching managerski
Coaching Życiowy	Coaching strategiczny
Coaching osobisty	Coaching systemowy



Czym jest coaching strategiczny?

To zintegrowane podejście do coachingu i rozwoju zarządczego. Dopasowuje potrzeby rozwojowe osoby coachowanej do strategicznych potrzeb organizacji.

Coachee rozwija i poprawia efektywność bezpośrednio związaną ze strategią organizacji, która ostatecznie jest transferowana na całą organizację.





Cel

Celem coachingu strategicznego jest zwiększenie indywidualnych wyników w kontekście wspólnej strategii biznesowej.

Aby być skutecznym, coaching managerski musi być zarówno strategiczny, jak i zindywidualizowany.



Potrzeby kierownicze + potrzeby strategiczne

Aby zaangażować i zmotywować osoby, coaching managerski musi być dostosowany do ich potrzeb i aspiracji.

Aby przynosić rezultaty biznesowe, coaching musi być również dostosowany do strategii, wizji i wartości organizacji.





Co sprawia, że coaching strategiczny jest skuteczny?

Działania coachingowe powinny być:

- strategiczne
- systematyczne
- wymagające wysiłku firmy
- dopasowane
- dostosowane do celów firmy
- analityczne
- zawierające skuteczną informację zwrotną



Korzyści z coachingu strategicznego



Pomaga w rozwijaniu przyszłych liderów o dużym wpływie i ich zatrzymywaniu.

Ułatwia identyfikację strategicznych kompetencji przywódczych

Jest wysoce motywujący dla osoby coachowanej, ponieważ obejmuje indywidualny, dostosowany do jej potrzeb rozwój.

Zapewnia inne ważne pozytywne wyniki biznesowe dzięki skuteczniejszemu przywództwu



Fazy strategicznego programu coachingowego (1)



Planowanie: nakreśl strategiczny biznesplan, podziel go na etapy działania i zaplanuj proces coachingu.

Wybór kadry kierowniczej: Oceń kwalifikowalność, zorientuj kadrę kierowniczą w zakresie programu i określ odpowiednie cechy.

Pozyskiwanie coachów: zidentyfikuj coachów wewnętrznych lub zewnętrznych, oceń ich kwalifikacje, określ pasujące cechy, zorientuj się w programie i podpisz stosowną umowę z organizacją.



Fazy strategicznego programu coachingowego (2)



Dopasowywanie: Dopasuj coachów do kadry kierowniczej, przeprowadź wstępne spotkania i określ akceptowalność dopasowania.

Zaangażowanie: Przeglądanie danych z oceny, tworzenie planów rozwoju, monitorowanie sesji coachingowych i przeprowadzanie okresowych spotkań programowych.

Ewaluacja: Ocena skuteczności, reakcji uczestników, zwrotu z inwestycji, itp. poszczególnych zadań i całego programu. Dane te pomagają w opracowaniu fazy planowania następnego cyklu programu.



Strategiczny proces coachingowy





Struktura procesu



Tam, gdzie coaching managerski staje się strategiczny, tam mamy do czynienia z przygotowaniem poprzedzającym właściwy proces coachingu.



- Jakie są kluczowe wyzwania biznesowe, przed którymi stoi obecnie Twoja organizacja?
- W ciągu najbliższych dwóch do pięciu lat?
- Jakie cele biznesowe starasz się osiągnąć?
- Jakie podstawowe wartości najlepiej definiują wspólne ramy osiągania wyników biznesowych w Twojej organizacji?



Zawarcie umowy z coachem



Stronami umowy powinny być:

- Przedstawiciele kadry managerskiej wyższego szczebla,
- Coach mający realizować działania coachongowe
- Kierownik / osoba otrzymująca coaching.

Wzór umowy coWzór umowy coachingWzór umowy coachingowej





Kompleksowa ocena



Celem jest identyfikacja potrzeb coachingowych w kontekście biznesowym.

Wywiady twarzą w twarz z kluczowymi interesariuszami, takimi jak bezpośredni podwładni, współpracownicy, szefowie i klienci, a także obserwacja pracy osoby coachowanej podczas jego / jej codziennej pracy.

Zebrane opinie mają charakter zarówno ilościowy, jak i jakościowy.



Plan działań



Identyfikacja mocnych stron i ich wpływu na osiągnięcie celu

Obszary do rozwoju

Sugestie dotyczące aktywnego uczenia się lub rozwoju empirycznego

Proces follow-up z interesariuszami

Kluczowe kamienie milowe





Informacja zwrotna



Przygotowanie

Uzgodnienie celów i przegląd podstawowych procedur,
Poinformowanie i przygotowanie kadry kierowniczej do działań, jakie będą podejmować (przepływ informacji)
Ciągłe odwoływanie się do ram biznesowych

Etapy

Zainicjowanie kontaktu między stronami
Przegląd celów coachingu
Przegląd wyników z kierownictwem
Omówienie ryzyk i obaw
Podkreślenie mocnych stron
Identyfikacja potrzeb rozwojowych
Uzgodnienie obszarów wymagających poprawy



Dokonanie przeglądu procesu



Około sześć miesięcy po sesji informacji zwrotnej

Ocena wpływu procesu na jednostkę

Identyfikacja obszarów, w których nadal potrzebna jest poprawa. Wprowadzenie korekt w trakcie trwania np. w połowie kursu

Kontynuacja (follow-up) jest kluczowym czynnikiem sukcesu całego procesu coachingu.

Dodatkowo, aby zapewnić ogólną jakość procesu, niezbędna jest ocena coacha.





Bibliografia:

International Association of Coaching <https://certifiedcoach.org/>
Talent in Motion <https://tim-coaching.com/>
Payperthink. <http://www.payperthink.es/>



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

