

Introducere în *Ghidul unui business coach de succes – tactici dovedite pentru obținerea de rezultate*

De ce o carte despre coaching? Desigur, ne-am întrebat și noi de ce-ar fi nevoie de încă o astfel de carte.

Dacă ne uităm la mediul antreprenorial românesc și la nevoile lui de dezvoltare, în special pentru această zonă de educație, vedem că există diferite sectoare care pot fi îmbunătățite în ceea ce privește modul în care antreprenorii din România înțeleg să facă business. Pe de altă parte, dacă este să comparăm cu ceea ce se întâmpla acum 10 sau 15 ani cu ce se întâmplă astăzi o să vedem că progresele sunt mai mult decât evidente, mediul antreprenorial românesc a evoluat mult, a arătat că este capabil să învețe și să meargă mai departe. Coachingul este mai mult decât un „trend”, este un instrument care realmente are valențe extrem de puternice în această componentă de educare a antreprenorilor și a oamenilor care lucrează pentru antreprenori. , Dacă ne uităm la literatura existentă în ceea ce privește coaching-ul, o mare parte din ea provine din traducerea unor autori care nu sunt români. Nu este absolut nimic în neregulă cu acest lucru, este firesc pentru că aproape tot ceea ce înseamnă studii legate de coaching pe diferite arii și domenii de activitate provin din afară, motiv pentru care am simțit cumva nevoia de a particulariza și a localiza acest concept pentru mediul antreprenorial din România.

Continuăm de fapt o tradiție ceva mai veche prin care încercăm să aducem instrumente, experiențe, povești de business din România pentru antreprenorii din România și care, evident, să fie relevante pentru mediul de business din România. Încercăm astfel să aducem coaching-ul aproape de locul unde se întâmplă lucrurile, cu alte cuvinte, acolo unde companiile și

antreprenorii interacționează cu clienții, interacționează cu competiția, interacționează cu piața la modul general. Încercăm astfel să avem o abordare cât mai practică, cât mai utilă și cât mai ușor de convertit în acțiuni și apoi în rezultate.

Uitându-ne la mediul antreprenorial românesc, ceea ce putem observa aproape imediat când vine vorba despre zona de educație este că există o ofertă extrem de generoasă de resurse: cărți, materiale video și audio care pot să ajute în mod direct antreprenorii în a-și dezvolta business-ul. Pe de altă parte, am constatat, prin observații „la fața locului”, că aceste resurse nu sunt întotdeauna folosite la întregul lor potențial, pentru că lipsește exact acea verigă de aplicabilitate localizată la nivelul business-ului românesc și pentru că există o reticență și o suspiciune legate de relevanța acestor resurse educaționale.

Cumva, această percepție că ceea ce funcționează într-o altă piață ar putea să nu să funcționeze și în România există și atunci ce încercăm noi să facem prin intermediul acestei cărți este să creăm această legătură; să aducem conceptele de coaching, «concepte care sunt și au fost dezvoltate în afara țării», într-un mod practic, concret și relevant pentru mediul de business românesc. Obiectivul nostru este acela de a-i ajuta pe antreprenori și pe manageri să utilizeze aceste instrumente pentru a-și îmbunătăți performanțele echipelor lor în business.

Pentru că suntem patru autori ai acestei cărți, evident că stilurile și abordările noastre în ceea ce privește coaching-ul vor fi cât se poate de nuanțate. Colega mea Georgiana va expune coaching-ul din perspectiva metodologiei și a instrumentelor. Practic, vorbim despre o abordare mai structurată a coaching-ului și a modului în care acesta poate fi aplicat concret, la nevoile unui business.

Abordarea bazată pe instrumente, bazată pe procesele validate de coaching este, evident, soluția recomandată, așa cum o denumeste și Georgiana, în preambulul capitolului pe care îl editează. Utilizarea coaching-ului ca instrument de management și ca instrument de îmbunătățire a performanței business-ului bazat pe modul în care oamenii interacționează cu ceilalți oameni în cadrul companiei, reprezintă ariile pe care Georgiana le evidențiază în capitolul ei.

Adrian merge într-o abordare mult mai aplicată pe zona lui de expertiză, respectiv pe zona de vânzări. Evident că zona de vânzări este una din ariile critice de business ale oricărei companii, pentru că indiferent ceea ce

facem noi, indiferent ce producem va trebui să și vindem. Dincolo de tehnicile și abilitățile de vânzări pe care oamenii din acest domeniu trebuie să și le însușească pentru a avea performanță, este important modul în care abilitățile de comunicare și de a gestiona situații de business, dar și echipele de vânzări, sunt îmbunătățite.

Coaching-ul în vânzări este mai mult decât un instrument, este modul care îi ajută pe managerii din vânzări să își gestioneze echipele ținând cont de personalitatea fiecăruia, de obiectivele individuale, dar și la nivel de echipă, respectiv ale companiei. Coaching-ul se concentrează pe dezvoltarea individuală, ca parte din dezvoltarea profesională înțelegând prin asta modul în care noi putem să devenim mai buni și mai profesioniști.

„Trebuie să fiu mai bun și din punct de vedere uman”, iar aici perspectiva de coaching în vânzări a lui Adrian este cea care face legătura directă între modul în care poate deveni un om mai bun și astfel ca vânzător să obțină rezultate mai bune.

Foarte interesantă este și perspectiva lui Viorel care ne propune o călătorie într-un timp străvechi, uitat poate de unii dintre noi. Acest concept, deși nu-i spuneam coaching la vremea respectivă, îl regăsim descris de către contemporanii lui Socrate, de cei care i-au fost elevi sau care au avut privilegiul de a interacționa cu el. Viorel ne arată într-un mod cât se poate de practic cum acest instrument funcționa încă din Antichitate și ne dezvăluie secretul din spatele lui: puterea întrebărilor.

Socrate este poate unul dintre primii care a realizat faptul că ceea ce noi avem nevoie, de fapt, pentru propria dezvoltare este să reușim să ne utilizăm propriile abilități, cu alte cuvinte, de a folosi puterea din noi înșine. Modalitatea cea mai bună de a descătușa această putere este prin întrebări, reușind astfel să găsim în interiorul nostru răspunsurile de care avem nevoie în călătoria noastră de autodezvoltare.

Ca și în cazul lui Adrian, abordarea lui Cristi se duce în zona lui de expertiză, respectiv în zona de management. Revenind în zilele noastre, coaching-ul în business este aplicat preponderent (deși nu exclusiv) în zona de management. Cristi își propune să prezinte, într-un mod cât mai concret și detaliat, modul în care coaching-ul, împreună cu instrumente înrudite precum mentoring-ul și consultanța, pot să ajute la dezvoltarea abilităților de management, lucru care este extrem de necesar în mediul antreprenorial în ziua de astăzi.

Dezvoltarea accentuată din ultimii ani a companiilor antreprenoriale a generat nevoia construirii și implementării unei structuri de management

eficiente, capabilă să obțină performanță. Instrumentele descrise de Cristi reprezintă, dacă vreți un cadrul prin intermediul căruia antreprenorii pot să învețe ce au de făcut și cum să pună în practică. De asemenea, în același context Cristi propune o metodologie adresată celor care nu au mai fost manageri, dar își doresc să devină. Direcția de dezvoltare este o direcție în sine din punct de vedere al evoluției în carieră, motiv pentru care evident că această direcție trebuie să fie foarte atent planificată.

Veți regăsi așadar patru abordări diferite în ceea ce privește coaching-ul aplicat în business. Patru abordări care împreună creează o imagine completă, spunem noi, a ceea ce poate să însemne coaching-ul aplicat, plecând de la zona de metodologie, uitându-ne apoi la modul în care coaching-ul este aplicat în vânzări, făcând o incursiune în trecut asupra modului în care coaching-ul se făcea acum 2 000 de ani și încheind cu modul în care putem utiliza coaching-ul în zona de management. Veți avea instrumente, metode și metodologii pe care le veți putea implementa imediat în business-ul vostru, iar acest lucru este de fapt, principalul obiectiv al acestei cărți, ca voi, cititorii noștri, antreprenori, manageri din companii, să puteți să implementați în ceea ce faceți voi aceste instrumente. Cartea noastră se dorește a fi un ghid pentru voi, pentru drumul vostru în cariera de management și în cariera de antreprenori. Suntem alături de voi! Vă dorim succes și să auzim numai de bine!