



1 ЦЕЛЬ

Настоящий документ устанавливает общие требования к процессу «Коучинг» в системе менеджмента ООО «Сертификэйшн Нетворк Украина» и определяет ответственность за выполнение действий при выполнении данной услуги.

2 ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Настоящий процесс устанавливает основные принципы, критерии и порядок оказания коучинговых услуг, и предназначен для использования персоналом «Сертификэйшн Нетворк Украина» при выполнении своих действий.

3 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕССА КОУЧИНГА

Процесс коучинга в системе менеджмента ООО «Сертификэйшн Нетворк Украина» представлен в виде модели, которая включает в себя четыре стадии. Достижение поставленных целей в процессе коучинга обусловлено успешным завершением каждой стадии его выполнения.

Стадия 1. Анализ ситуации и сбор необходимой информации.

Коучинг может начинаться только тогда, когда обучающийся приходит к осознанию потребности в улучшении своей профессиональной деятельности или в изменении подхода к выполнению любой деятельности. Не осознав потребность искренне, почти невозможно изменить поведение. Коуч должен помогать обучаемому, развивать это осознание, поскольку вы не можете никого ничему научить, прежде чем человек сам этого не захочет.

Стадия 2. Планирование системы ответственности.

Обучение и развитие будут эффективными только тогда, когда клиент принимает на себя ответственность за результаты. Первым этапом выработки ответственности является планирование процесса коучинга.

Коуч не может навязывать обучающие программы.

Обучаемый исполняет активную роль в процессе принятия решения. Однако опыт показывает, что согласование с менеджером некоторого плана личного развития (ПЛР) позволяет лучше определить необходимое время и место проведения занятий в течение рабочего дня.

Хороший ПЛР (плана личного развития) должен отвечать на следующие ключевые вопросы:

Что именно необходимо достигнуть?

Как это будет происходить?

Когда это будет происходить?

Где это будет происходить?

Когда этот процесс начнется и когда завершится?

Кто будет вовлечен в этот процесс?

С кем необходимо согласовывать этот план?

ПЛР должен базироваться на одной или двух специфических целях развития, которых необходимо достигнуть в сравнительно краткие сроки. Кроме того, очень важно, чтобы каждая цель развития, стоящая в ПЛР, была конкретной, измеримой, достижимой, уместной в данных условиях и рассчитанной по срокам достижения.



Стадия 3. Реализация плана с использованием стилей, техник и навыков.

При реализации программы обучения коучи должны использовать лишь те стили и техники, которые соответствуют ситуации обучения. Применяемые стили и методики обучения помимо адекватности обучаемому должны соответствовать личным навыкам коуча. Возможно, самыми важными из этих навыков являются навыки предоставления обратной связи.

Стадия 4. Оценка результативности.

Следует различать мониторинг и оценку. Мониторинг - это регулярная проверка процесса реализации плана личного развития сотрудника. Оценка - это анализ и выводы по плану личного развития сразу же после его окончательного выполнения. Это одноразовая деятельность, которую коуч и его ученик осуществляют совместно.

Ключевые вопросы здесь следующие:

Достигнуты ли цели развития?

Работали ли различные компоненты ПЛР в тех направлениях, для которых они были разработаны?

Какие были сделаны изменения в ПЛР и почему?

Был ли ПЛР рентабельным?

Появились ли неожиданные результаты?

Что бы вы сделали по-другому в следующий раз?

Нужен ли новый план личного развития для дальнейшего усовершенствования профессиональных навыков?

Для максимально быстрой концентрации на потенциальных решениях, которые ученик может осознать и за реализацию которых он может взять на себя ответственность, используется практика техники «3-Д» - одна из наиболее полезных в данной ситуации тактик.

Для использования данной техники коучу необходим простой лист бумаги. Ученику предлагается быстро, одним предложением, определить существующую проблему. Правильная постановка вопросов и использование техники трехмерного анализа позволяет коучу и ученику за очень короткое время выделить три элемента проблемы под каждым из трех заголовков:

ситуация, например: временной режим, недостаток ресурсов, география;

включенные в нее люди, например: недовольный потребитель, нетерпеливый начальник, ненадежный поставщик;

вы, например: недостаток технических знаний, конфликт приоритетов, общая установка ученика.

Выделив три измерения, или аспекта существующей проблемы, обычно становится сравнительно легко определить несколько возможных вариантов действий - даже если большинство из них требует усилий исключительно самого ученика.

Окончательная стадия - выбор самого подходящего в данной ситуации варианта для его практической реализации.

После выполнения этой структурированной техники появляется возможность быстро сконцентрироваться на потенциальных действиях. Опираясь исключительно на заданные вопросы, коуч может помочь людям проговорить большую часть проблем и самих вариантов действий. Таким образом, коуч позволяет ученику более четко сфокусировать свое внимание и передает исключительно ему ответственность за принятие окончательных решений.

Методика GROW берет свое начало в практике спортивных тренеров. Эта техника опирается на грамотное использование вопросов и следование четкой структуре.

Прежде всего, вопросы направлены на конкретизацию «цели» (Goal), которой ученик стремится достичь в ходе текущей коучинговой сессии. Затем внимание переключается на реальность (Reality) предполагаемых действий. После этого посредством вопросов исследуются практические «варианты действий» (Options), которые может выбрать ученик для достижения



поставленной цели. Наконец, фокус внимания смещается на «волю» (Will) к действительному осуществлению специфических действий для реализации одного или нескольких из выявленных возможных вариантов действий.

Для легкости запоминания данной структуры используется мнемоническое правило, представляющее методику GROW в следующем виде:

Проблема

постановка «цели» (Goal);

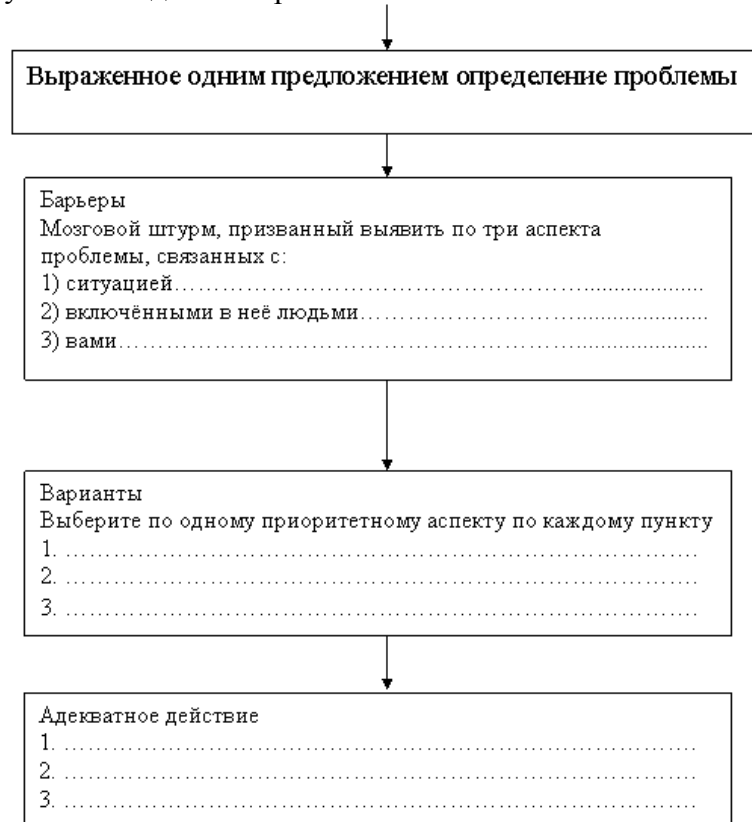
проверка ее «реальности» (Reality);

рассмотрение всех возможных «вариантов действий» (Options);

утверждение «воли к действию» (Will).

Улучшение продуктивности деятельности - это главное, для чего и применяется коучинг.

Он проявляет лучшее в отдельных работниках и коллективах





**Последовательность шагов разработан для проведения системы коучинга по теме
ЦЕЛЬ КАК СТАТЬ УСПЕШНЫМ КОНСУЛЬТАНТОМ СМК**

- 0: Регистрация юр. лица или предпринимателя
- 1: Как правильно выбрать тему для своего консалтинга
- 2: Выбор целевой аудитории.
- 3: Изучение конкурентов
- 4: Корректировка темы
- 5: Проверка востребованности темы на малой группе целевой аудитории
- 6: Формулировка темы консалтинга, исходя из запросов ЦА
- 7: Сбор информации для прокачки внутренней экспертизы
- 8: Составление авторской методики преподавания
- 9: Создание имиджа и лайфстайла консультанта
- 10: Составление полного плана обучающих материалов для ЦА
- 11: Подготовка съемки обучающих материалов
- 12: Подготовка самопрезентации (видео)
- 13: Влияние соцсетей на работу консультанта
- 14: Как зарегистрировать свой канал на YouTube.
- 15: Регистрация аккаунта и группы ВКонтакте
- 16: Регистрация аккаунта в «Instagram»
- 17: Регистрация аккаунта и группы в «Facebook» .
- 19: Начало ведения аккаунта в «Instagram»
- 20: Как правильно выкладывать обучающие ролики в YouTube и в соцсети
- 21: Написание статей к снимаемым видео по ключевым запросам
- 22: Регистрация сервиса сбора email и массовых рассылок
- 23: Правила сбора email-базы и рассылки писем
- 24: Создание идеального «магнита», видео и рабочей тетради
- 25: Создание сайта или блога консультанта
- 26: Формирование макета сайта, его разделов и функции
- 27: Как найти фрилансера, который изготовит Ваш сайт
- 28: Создание «магнитов», предназначенных для сайта и раздела «Полезные материалы»
- 29: Написание биографии
- 30: Подготовка и запись интервью с лидерами мнений в Вашей теме
- 31: Встраивание в сайт плагинов, увеличивающих конверсию
- 32: Создание страницы захвата контактов
- 33: Создание полезных статей для постов в соцсетях
- 34: Приглашение новых друзей и подписчиков в группы в соцсетях
- 35: Публикация полезных видео с описаниями и ссылками на «магнит»
- 36: Продажа консалтинга на конференциях с участием целевой аудитории
- 37: Сбор email-базы и рассылка первой серии писем подписчикам
- 38: Создание линейки продуктов от бесплатного до дорогого
- 39: Организация первого кастомарафона, выбор темы и контента
- 40: Подготовка плана запуска тренинга или кастомарафона
- 41: Подготовка контента для запуска тренинга или кастомарафона
- 42: Подготовка продающих вебинаров к продажам кастомарафона
- 43: Подготовка анкеты для желающих купить консалтинг.
- 44: Подготовка продаж консалтинга на кастомарафоне
- 45: Составление оферты и увеличение продаж консультаций
- 46: Продажа через социальные сети
- 47: Продажа на живых семинарах и мастер-классах
- 48: Продажа через серии писем и страницы захвата
- 49: Проведение продающих вебинаров



- 50: Выбор вебинарной комнаты для продающего вебинара
- 51: Подготовка продающих консультаций на основании анкеты
- 52: Проведение продающего интервью
- 53: Как по телефону «дожать» желающих купить консалтинг
- 54: Система приёма денежных средств за услуги
- 55: Составление договора и создание системы гарантий
- 56: Правила проведения консультаций
- 57: Главные ошибки при проведении консультаций
- 58: Сбор отзывов
- 59: Планирование работы: запуски, продажи, ведение, отдых
- 60: Аутсорсинг и делегирование рутинных дел
- 61: Поиск личного помощника и определение его обязанностей
- 62: Отдых и перезагрузка
- 63: Формирование команды, распределение обязанностей и установление контроля
- 64: Поиск дополнительных тем для целевой аудитории
- 65: Повышение экспертности в дополнительных темах
- 66: Создание линейки продуктов в дополнительных темах для целевой аудитории
- 67: Создание плана мини-запуска тренинга в дополнительной теме
- 68: Запуск продуктов в дополнительных темах
- 69: Создание и проведение мастер-групп и клубов
- 70: Создание конференций, придумывание темы и оффера
- 71: Приглашение сторонних спикеров на конференцию
- 72: Подготовка рекламных материалов для спикеров конференции
- 73: Подготовка партнерской программы и оффера для спикеров
- 74: Технические аспекты проведения конференции
- 75: Проведение конференции и продажа на конференции
- 76: Создание системы менеджмента**
- 77: Составление плана запусков продуктов на 6-12 месяцев
- 78: Внедрение системы ретаргетинга на сайте и в соцсетях
- 79: Поиск и получение целевой аудитории у конкурентов
- 80: Внедрение в систему продаж УТП и отстройка от конкурентов
- 81: Сбор живых консалтинговых групп в оффлайне
- 82: Регистрация юр.лица
- 83: Выбор платёжных агрегаторов и заключение с ними договоров
- 84: Организация выездных семинаров
- 85: Создание рекламных кампаний по низкочастотным запросам
- 86: Публикация Ваших статей на интернет-ресурсах
- 87: Получение положительных откликов от лидера мнений в теме
- 88: Выбор своего наставника и обучение консультанта (стажёра)
- 89: Привлечение клиентов через сарафанное радио
- 90: Внешняя экспертность, грамоты, благодарности и сертификаты
- 91: Поиск партнеров и договоренность о партнерских рассылках
- 92: Быстрое увеличение стоимости услуг
- 93: Составление истории ключевой компетенции
- 94: Составление историй, кейсов клиентов
- 95: Составление историй, обрабатывающих основные возражения
- 96: Запись большого продающего видео для автопродаж коучинга
- 97: Создание большого Landing Page для автопродаж коучинга
- 98: Анализ проекта (SWOT)
- 99: Устранение слабых сторон проекта
- 100: Идеи для развития



5 МЕТОДИКА ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОЦЕССА

Оценка эффективности коучинга базируется на анализе проводимых коуч - сессий и будет напрямую зависеть от тех успехов, которые достиг ученик и от тех изменений, которые произошли в его жизни. Для проведения такого анализа, ответственный за данный процесс проводит анализ (в произвольной письменной форме) его результативности с помощью указанных показателей. Оценка (S) результативности рассчитывается по формуле $S=N(A \times K)$ и не должен быть ниже 80% где А – количество проектов, К- оценённое целевое значение, N – количество применяемых показателей S – оценка результативности.

№	Рекомендуемый показатель N	К Целевое значение
1	Степень удовлетворенности ученика готовность слушать и осознанно воспринимать ту информацию, которой готов поделиться с учеником коуч. При этом, ученик всегда должен приходить на коуч-сессии с удовольствием и получать от общения с наставником полную удовлетворенность. Он никогда не должен чувствовать себя подавленным после окончания коучинга и не должен испытывать неприязни к коучу.	отлично 10 плохо 0
2	Наличие осязаемых поведенческих изменений Коучинг, дает не только теоретические, но и практические знания. Именно поэтому, проводимые коуч- сессии обязательно должны давать осязаемые результаты, который выражается, прежде всего, в изменении поведенческой модели человека. Безусловно, такие изменения не смогут наступить, после одной или двух проведенных коуч-сессий. Но тем не менее, первые изменения будут заметны уже после нескольких первых занятий.	отлично 10 плохо 0
3	3 Устойчивость изменений Этот показатель не менее важен, чем появление первых поведенческих изменений в жизни человека, поскольку коучинг нацелен на то чтобы качественно изменить жизнь человека в долгосрочной перспективе, а не принести временные перемены. Важно не только, чтобы человек менялся после прохождения коучинга, важно чтобы эти изменения стали постоянными и устойчивыми и проходили не только в дни посещения коуч-сессий, но и в каждом дне его повседневной жизни. Только устойчивые и постоянно прогрессирующие поведенческие изменения могут свидетельствовать об эффективности коучинга	отлично 10 плохо 0
4	4. Практические достижения (цель достигнута) Теория без практики мертва, и не имеет смысла. Именно поэтому, одним из важнейших критериев оценки эффективности коучинга, являются реализованные на практике действия. Если выработанный план по достижению поставленных целей выполняется. Если человек идет к своей цели добиваясь, пусть даже незначительных, но вполне реальных успехов, верит в себя и в свои силы, умеет себя правильно мотивировать, организовывать и ни секунды не сомневается в своем успехе – это означает, только одно, коучинг, дал ему высокий уровень эффективности. И именно такой коучинг можно назвать самым успешным.	да – 10 нет 0