



COACHING

JAKOŚĆ RÓWNA SIĘ SKUTECZNOŚĆ

Dzisiaj o coachingu rozmawiam z Zuzanną Mazurek, nowo wybraną prezes International Coach Federation (ICF) Polska.

Gratuluję objęcia sterów stowarzyszenia. Jak to się stało, że zaangażowałaś się w działania ICF Polska?

Dziękuję. Cieszę się, że mam możliwość pracować na rzecz rozwoju branży i budowania świadomości na temat profesjonalnego coachingu. Dlaczego wybrałam ICF? Wierzę w jakość osiąganą

poprzez standardy. International Coach Federation opracowało standardy w coachingu prawie 25 lat temu. Przygotowało tzw. kluczowe kompetencje, które jasno określają jakimi umiejętnościami, zachowaniami i wytycznymi powinien się charakteryzować profesjonalny coach. Wraz z listą kompetencji powstał Kodeks Etyki, do przestrzegania którego zobowią-

zuje się każdy członek naszej organizacji. Należymy do stosunkowo młodej profesji, a świat wokół nas szybko się zmienia, dlatego ICF stale weryfikuje wytyczone standardy. Sprawdza na ile są aktualne dzisiaj, czy nie wymagają przeformułowania, doprecyzowania lub uzupełnienia. Na dodatek standardy, o których mówię są takie same w 140 krajach.

To robi wrażenie, ale czy coaching jest skuteczny?

O skuteczności coachingu jako metody rozwojowej mogą świadczyć historie naszych klientów. Managera, który poradził sobie z nowymi obowiązkami. Szefa zespołu, który w sposób zrównoważony zarządza ludźmi i oczekiwaniami firmy. Wreszcie handlowca, który wypracował skuteczny styl sprzedaży oparty na poczuciu własnej wartości i w zgodzie z korporacyjnymi wytycznymi. Nie brakuje również historii w obszarze mikro firm, start-upów i małych przedsiębiorców, o prywatnych już nawet nie wspomnę. Zresztą, coach z założenia wspiera, publicznie stoi w cieniu *coachee* i „nie wypina piersi do medalu”. Sukces należy do klienta. Nie ma co do tego wątpliwości. Może dlatego mało się mówi o skuteczności coachingu.

W biznesie liczą się liczby...

Liczby... bardzo proszę. W kwestii skuteczności liczby mówią same za siebie. W 2018 roku ICF wraz z Human Capital Institute po raz kolejny przeprowadził badanie zatytułowane *Building a coaching culture*. Zestawia ono firmy o tzw. silnej kulturze coachingowej i pozostałe. Wśród tych pierwszych aż 61% zalicza się do firm

o wysokiej wydajności (*high-performing*). W przypadku firm, które nie mają silnej kultury coachingowej tylko 29% należy do tego grona. Co więcej, badanie jasno pokazuje korzyści wynikające z obecności coachingu w organizacji. Zaczynając od zaangażowania pracowników odpowiednio na poziomie 69% i 39%, czy retencji najbardziej wydajnych pracowników – 54% versus 32%. Kończąc na zadowoleniu klientów (82% do 63%), wartości dla akcjonariuszy (75% do 54%), czy zyskowności firmy (64% do 55%). Badanie wskazuje również, że aż 74% organizacji o silnej kulturze coachingowej należy do grona najczęściej wybieranych pracodawców.

Z liczbami trudno dyskutować. Czy badania mówią o tym kiedy firmy wybierają coaching?

Z tego samego badania wynika, że coaching w organizacjach służy rozwojowi przywództwa, zwiększaniu zaangażowania pracowników, poprawie komunikacji i lepszej pracy zespołowej. Jest również skuteczny w procesie wdrażania zmian w organizacji – od coachingu indywidualnego, przez grupowy i zespołowy.

Z kolei wcześniejsze badanie przeprowadzone na zlecenie ICF przez PricewaterhouseCoopers LLP mówi o powodach, dla których w ogóle ludzie

zwracają się do coachów. Do najczęściej należy chęć podniesienia własnej efektywności lub efektywności zespołu (42%), potrzeba znalezienia lepszej pracy lub awansowania w obecnej firmie (33%). Pozostałe to zwiększenie pewności siebie, poprawa skuteczności zarządzania w biznesie, a także zwiększenie równowagi pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym tzw. *work-life balance*. **Moje ulubione statystyki** dotyczą zadowolenia osób biorących udział w procesie coachingowym – 85% zadeklarowało, że jest „zadowolona” lub „bardzo zadowolona”, a w przypadku usługi świadczonej przez coacha akredytowanego było to aż 93%.

Czyli akredytacja robi różnicę?

Akredytacja jest obiektywnym potwierdzeniem kompetencji coacha. To trochę tak, jakbyśmy zatrudniali nowego pracownika i spodziewali się, że ma odpowiednie kwalifikacje. Coachowie są akredytowani na trzech poziomach:

- *Associate Certified Coach (ACC)*,
- *Professional Certified Coach (PCC)*,
- *Master Certified Coach (MCC)*.

Każdy poziom to odpowiednia liczba godzin szkoleniowych i mentoringowych, rozwoju kompetencji coachingowych, godzin odbytych sesji z klientem, a także

Reklama

4VALUE
BUSINESS CONSULTING

■ DORADZTWO ■ SZKOLENIA ■ WDROŻENIA IT

WIRTUALNY CZŁONEK ZARZĄDU®

STOP LOOK GO!
around

WZROST

EFEKTYWNOŚĆ

STRATEGIA

ZADZWOŃ: 22 298-51-50
WWW.4VALUE.COM.PL

świadomości Kodeksu Etyki. Akredytacja wygasa po trzech latach i żeby ją odnowić, każdy coach musi się dokształcić. ICF akredytuje także programy kształcenia coachów.

Co zrobić, jeśli jestem zainteresowany coachingiem, ale nie do końca wiem, czy jest dla mnie.

Coaching nie jest jedynym, ani zawsze najlepszym rozwiązaniem. Czasem lepszy jest mentoring, instruktarz, szkolenie w grupie albo połączenie mentoringu z coachin-

gami, na które zarejestrowało się ponad 1000 osób, a wszystko to pod czujnym okiem dyrektorów ICF w naszych lokalnych oddziałach, od Trójmiasta po Śląsk i od Opola po Lublin. Warto śledzić nasz profil na FB lub stronę internetową. Na kilka tygodni przed wydarzeniem pojawiają się pierwsze informacje.

Maj już za nami, a kolejny daleko...

Nie trzeba czekać do maja. Praktycznie co miesiąc w lokalnych oddziałach odbywają się spotkania dla coachów i sympaty-

ków coachingu zwanych *Coaching Cafe*. Niektóre oddziały organizują biznesowe spotkania networkingowe. Wewnątrz coachowie mogą z nami poszerzać swoje kompetencje i wziąć udział w regularnie odbywających się warsztatach *Learning Forum*. Coraz częściej również przy oddziałach powstają programy superwizyjne, a raz do roku na początku października spotyka-

my się na Akademii Coachingu. Możliwości jest dużo.

Widzę, że ICF w Polsce jest coraz silniejszą organizacją. Czy robicie coś dla całej branży?

Chcemy jednoczyć środowisko, mówić jednym głosem. Po to właśnie powstało Forum Organizacji Coachingowych. Razem z *European Mentoring and Coaching Council Poland* (EMCC Poland) i Izbą Coachingu działamy na rzecz rozwoju i profesjonalizacji branży. Wspólnie zabieramy głos w ważnych sprawach dla środowiska. Wiem od wielu coachów, że to dla nich ważna inicjatywa.

Trudno na koniec nie zapytać skąd decyzja, żeby kandydować na stanowisko prezesa?

Przyszła w sposób naturalny. Na rzecz ICF Polska działałam od kilku lat. Wspierałam

komunikację stowarzyszenia, pełniłam funkcję rzecznika prasowego. Współorganizowałam konferencje. Udzielałam się w społeczności coachów. W ostatniej kadencji byłam członkiem zarządu i wraz ze zbliżającymi się wyborami zaczęłam rozważać decyzję o pójściu krok dalej i podjęciu się nowego wyzwania. Nie odważyłabym się kandydować, gdyby nie przekonanie, że będę miała wsparcie członków zarządu i dyrektorów lokalnych oddziałów. W stowarzyszeniu, podobnie jak w biznesie, a może jeszcze bardziej, liczy się zespół i współpraca.

Czego w takim razie Ci życzyć na tę kadencję?

Nie wiem, czy tylko na tę kadencję, ale chciałabym, żeby profesja rosła i się rozwijała, a tak bardziej prywatnie, żeby wokół nas było jak najwięcej osób o postawie coachingowej. O ile życie byłoby prostsze.

Rozmowę prowadził: Andrzej Kochanek



Zuzanna Mazurek

Prezes International Coach Federation Polska, coach PCC ICF, trener i konsultant DISC D3

giem. Warto z potencjalnym coachem porozmawiać, a samego coachingu doświadczyć i wówczas podjąć decyzję. Nasi coachowie mówią o dużej świadomości klientów, którzy coraz częściej przychodzą z konkretnymi oczekiwaniami, zgodnymi z charakterystyką naszego zawodu. Część coachów oferuje sesje próbne. Jeśli klient czuje, że nie po drodze mu z danym coachem, może prosić o zmianę. Nikt się nie obraża. To wyjątkowa relacja i klient musi czuć się w niej dobrze, powinien mieć zaufanie do coacha, a proces powinien mu służyć.

Coachingu można też doświadczyć podczas Międzynarodowego Tygodnia Coachingu. Przez jeden tydzień w maju coachowie ICF na całym świecie organizują warsztaty, prelekcje, webinary, a nawet sesje coachingowe pro bono. Wszystko po to, żeby przybliżyć ideę profesjonalnego coachingu. W Polsce takie wydarzenia są organizowane w dziesięciu miastach. W tym roku odbyło się ponad 100 wyda-



O AUTORZE

ANDRZEJ KOCHANEK

Dyrektor Generalny
4Value Business Consulting

Konsultant, trener biznesu, mentor i menedżer specjalizujący się w strategiach rozwojowych, efektywności sprzedaży, innowacjach oraz rozwoju osobistym. Przez 17 lat zajmował się zarządzaniem w dużych firmach giełdowych, krajowych i międzynarodowych. Absolwent Executive MBA Illinois State University. Łączy duże doświadczenia biznesowe w zarządzaniu z elementami przywództwa, mentoringu oraz psychologicznymi podstawami osiągania rezultatów.