

<https://coachfederation.org/blog/9-easy-career-coaching-tools-to-help-clients-find-work-they-love>

ابزارهای ساده کوچینگ برای ایجاد محیطی دوست داشتنی برای مشتریان

بیشتر کلاینت هایی که با آن ها سروکار دارید، به دنبال فرصت هایی هستند که بتوانند از کوچینگ به عنوان ابزاری برای لذت بردن از محل کار و فضای کاری خود بهره ببرند. نقش یک کوچ، به عنوان تسهیل گر در نظر گفته می شود. کار کوچ، کمک کردن به کلاینت هاست تا طوفان فکری ایجاد نموده و به دنبال الگوهایی باشند تا همه اطلاعات مورد نیاز را به صورت یکجا جمع آوری نموده و انگیزه لازم را به دست بیاورند. تا اینکه در نهایت وارد مرحله جدید از کار حرفه ای خود شوند. مدیرها معمولاً به افراد، راه و رسم انجام یک کار همچون کارهای روزانه را یاد می دهند؛ و یک کوچ گامی از این موضوع فراتر می گذارد و به هر فرد کمک می کند تا به تمامی توانایی های بالقوه خود دسترسی پیدا کند و بیشترین نتایج مثبت را از آن ها بگیرد.» بنابراین اگر شما مدیر هستید پس به نوعی کوچ هم محسوب می شوید و برای مدیریت تیم تان از ابزار کوچینگ می توانید استفاده کنید. در این مقاله سعی داریم ابزارهایی ساده برای ایجاد حس انگیزه و لذت بردن از محل کار مشتریان با شما به اشتراک بگذاریم. لطفاً با ما همراه باشید.

- 1-** یک روش عالی برای شروع فرایند کوچینگ، ایجاد لیستی از موارد دوست داشتنی و موارد مورد تنفر است. از مشتریان خود بپرسید چه چیزهایی را دوست دارند. یا اینکه از چه چیزی متنفرند. سپس کمکشان کنید بر روی هر آنچه دوست دارند تمرکز نموده و از هرگونه غلی که اکراه دارند، دوری نمایند.
- 2-** نسخه آخر را به خودتان نشان دهید. در مورد برخی از مشاغل کمی تحقیق کرده و مزایای آن ها را به مشتریان خود توضیه نمایید. ورزش و تمارین زیاد، نکات عملی مناسبی دارند و هر سال با منابع و مطالبی که در هر وب سایت قرار میگیرند، به روز خواهند شد.

3- ده نمونه از هنجارها و مهم ترین ارزش های مشتریان را شناسایی کنید. ما وقتی شغلی را انتخاب می کنیم که هیچ گونه تناسبی با هنجارهامان ندارند، خیلی زود ناراحت خواهیم شد.، از ارزش ها برای کمک به مشتریان در پیدا کردن نقش ها و مشاغلی که عمیقا آن ها را راضی می کنند، استفاده کنید. از مشتریان بخواهید برای هر شغلی، نمره یک تا ده را در نظر بگیرند. ببینند کدام یک از این شغل ها، رتبه ده ره به خود اختصاص داده و بیشترین رضایتمندی را در آن ها ایجاد می کنند.

4- لیستی از بایدها و نبایدها تهیه کنید. از مشتریان خود بخواهید بر روی یک کاغذ، لیستی از شغل هایی که بایستی انتخاب کنند و نیز لیستی از کارهایی که نباید اصلا به سمت آن ها بروند، تهیه نمایند. شغل هایی که باید انتخاب کنند، بیشترین رضایتمندی را به دنبال خواهند داشت.

5- **جستجوی آینده خود.** مدیتیشن می تواند ابزاری بسیار ایده آل در جستجوی شغل مورد نظر باشد. به مشتریان خود کمک کنید آینده خود را در ذهن خود مجسم کنند. ببینند در آینده دوست دارند چه کارهای انجام دهند. میتوانند متن مورد نظر برای کار آینده خود را به صورت آنلاین تایپ کرده و جستجو کنند. در این صورت می توانند اسکریپت مورد نیاز برای نطبیق شغل مورد نظر خود را پیدا کنند.

6- روش اس دبلویو آتی که در فارسی با نام تحلیل سوات هم شناخته می شود یکی از ابزارهای برنامه ریزی استراتژیک است که برای ارزیابی وضعیت داخلی و خارجی یک سازمان استفاده می شود. اس دبلویو آتی در انگلیسی حروف اول کلمات قوت (Strength) ، ضعف (Weakness) ، فرصت (Opportunity) و تهدید (Threat) است. از این روش علاوه بر برنامه ریزی راهبردی به طور کلی در تحلیل وضعیت سازمان ها استفاده می شود. در واقع این تحلیل را باید ابزاری کارآمد برای شناسایی شرایط محیطی و توانایی درونی سازمان بدانیم، پایه و اساس این ابزار کارآمد در مدیریت استراتژیک و همین طور بازاریابی است. این تحلیل را علاوه بر SWOT در برخی متون به صورت TOWS نیز آورده اند

7- جستجو درباره گذشته- از مشتریانتان سوال کنید که " دوست داری به عنوان یک کودک چکار کنی؟" چه چیزهایی را از ته دل دوست داری؟ دوست داری اگر الان کودک بودی، در آینده چه کار کنی؟. سپس

ادامه دهید: چه چیزهایی هنوز هم برایتان جذاب اند؟ پس از این می توانید به دنبال الگوها و نشانه هایی از مشاغل بالقوه در حال حاضر بگردید.

8- وقتی نقاط قوت مشتریان را یافتید، توقف نکنید. استعدادهای مشتریان را بیابید. هر گونه الگور مکرر، احساس و رفتاری که می توانند به طور موثر اعمال شوند، را توصیف نمایید. ممکن است جذاب بودن، سرسخت یا حتی عصبی شدن، نوعی استعداد به حساب بیایند. مثلا نگرانی شما عث می شود مشکلات را از ریشه شناسایی نمایید و سپس از خودتان سوال کنید در کدام شغل و صنعتی می توانید مفید تلقی شوید.

9- مشتریان را تشویق کنید که چیزهایی جدید، فعالیت ها و دوره هایی را حتی چنانچه نوعی سرگرمی جدید هم باشد، امتحان کنند. مشتریان با این کار، تحریک شده و با افراد و مکان های جدیدی ملاقات می کنند که تفکر ذهنی جدید برایشان به دنبال خواهد داشت. البته گاهی اوقات مشتریان خودشان به خوبی می دانند که دنبال چه شغلی هستند ولی ممکن است از گفتن آن هراس داشته باشند. وظیفه شما به عنوان یک کوچ این است که کمک کنید حقیقت هایی را که قبلا وجود داشته اند، ببینند و سپس تشویقشان کنید به دنبال صدای قلب خود باشند.