



Coaching: *mentalità vincente*



Di coaching, se ne parla davvero tanto oggi: nello sport, nel sociale ma soprattutto in azienda. Se ne parla però, anche, in maniera non precisa senza distinguere bene tra coaching, mentoring, counseling, tutoring e formazione individuale.

Che cosa e' allora?

Un metodo e processo operativo per allenare, far apprendere, preparare, addestrare e valorizzare il personale

Cosa fa'?

Spinge il soggetto a :

- Dare il massimo basandosi sulle proprie conoscenze
- Raggiungere obiettivi di qualità
- Far crescere le proprie competenze mantenendo la propria individualità caratteriale
- Creare una mentalità vincente nell'ambito di un gruppo
- Raggiungere i più alti livelli di performance
- Massimo spirito di sacrificio
- Non crollare alle sconfitte

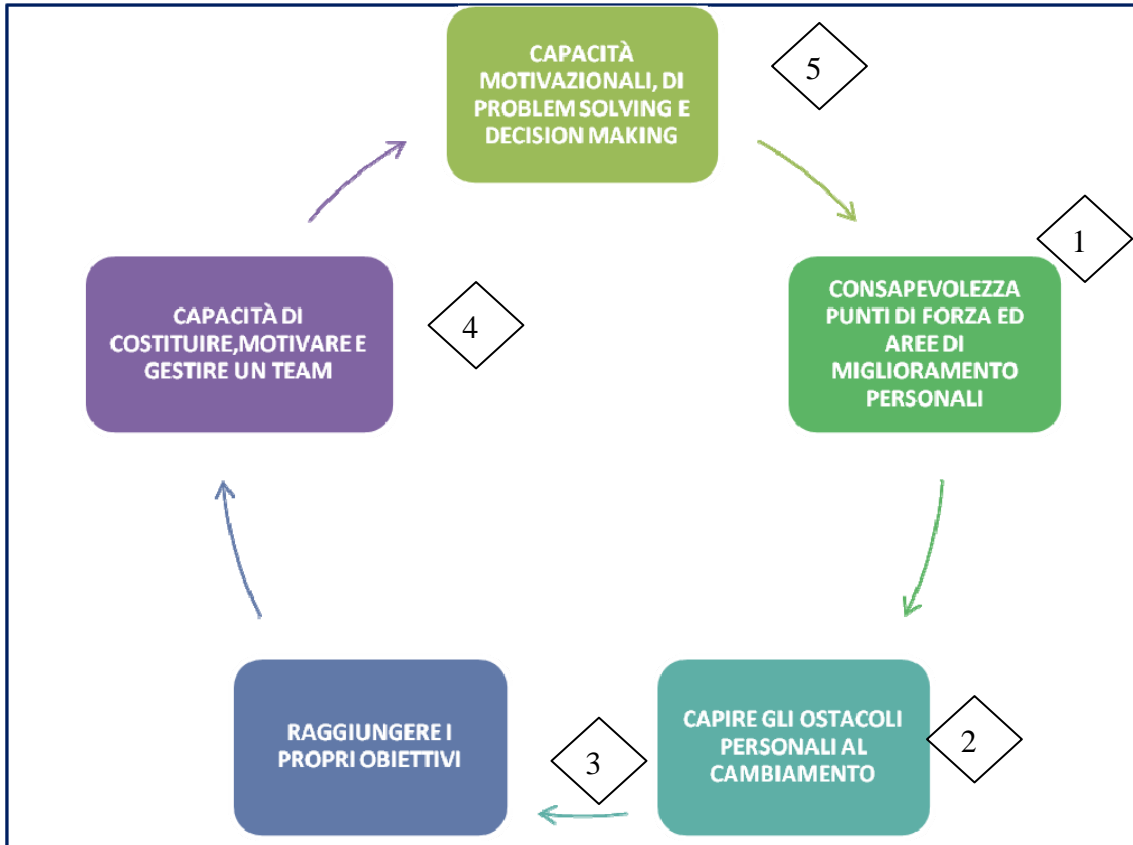
Come?

Attraverso metodologie di coaching **orientate al risultato.**

Il soggetto viene aiutato a costruirsi il futuro che desidera. Attivando le risorse dalla nuova strategia di gruppo assimilando una metodologia specifica e regole ferree, raggiunge quell'obiettivo al quale da solo non arriverebbe.



PERCORSO PER OBIETTIVI



E' il sogno di ogni azienda relazionarsi con successo ed essere efficace nelle vendite

Come potrebbe questo processo aiutare tutti coloro che operano nell'area delle vendite?

Sappiamo che la crisi e' un fattore oggettivo : quindi in questo contesto quello che normalmente si fa e' cercare di **umentare e migliorare le performances**.

Per arrivare ad un atteggiamento vincente bisogna però **superare l'individualismo e la competizione pura** dove è imperativo vincere ad ogni costo. Riuscire ad avere un atteggiamento propositivo verso gli altri, significa averlo prima verso se stesso, **lavorando "positivamente"**, migliorando fiducia, capacità e propensione. Infine mettere **"tutto a disposizione di tutti"**.



Sviluppare il cambiamento...

COME RIMETTERCI IN DISCUSSIONE?

Percorso	Motivazioni
<i>Analisi delle situazioni</i>	Un "commerciale" che ha sempre ottenuto buoni risultati ma che da un po' di tempo non riesce più ad essere in linea con gli stessi. "La ricerca di performance importanti"
<i>Trasformazione del comportamento</i>	Da "buon venditore" a "leader" nel proprio settore. "So di essere bravo ma ultimamente sono in difficoltà"
<i>Cambiamento in un impegno costante</i>	"Perché dovrei cambiare?" se la colpa è del mercato, della crisi, dei clienti... Questa è la domanda che spesso si ascolta. Specie in virtù dei risultati ottenuti fino ad oggi.
<i>Controllo dei propri ostacoli "interni" ed "esterni"</i>	L' "ego" rifiuta il cambiamento poiché viene visto come una minaccia. Si tende a trovare giustificazioni, alibi, dando la colpa solo "agli altri". "In realtà il controllo non c'è" .

COSA POSSIAMO FARE?

Situazioni	Necessità
<i>Misurare, riesaminare e registrare il feedback in modo preciso</i>	Riceviamo "feedback" importanti sia dal mercato che dai clienti ma non diamo il giusto peso e valore. "Non si conosce la forza di questo strumento" .
<i>Far capire i difetti a tutti è il vero salto di qualità</i>	Si continuano ad avere gli "stessi" comportamenti. La frase peggiore... "Io penso che..." . Le attenzioni devono essere rivolte a tutti. Non si vince solo con il talento di alcuni
<i>Eventi e stati di disagio</i>	Lo stato di disagio porta inevitabilmente a stress e a "bruciare invano" energie positive.
<i>Nuove situazioni con comportamenti diversi</i>	L'apporto di "nuova consapevolezza" insieme allo sviluppo del proprio potenziale, implicano necessariamente nuovi comportamenti e nuovi stimoli.
<i>Nuove risorse ed attenzioni in cambio di nuove informazioni</i>	"Leggersi dentro" preparati a scoprire nuove informazioni legate ai propri comportamenti.
<i>Leadership</i>	Risvegliare la leadership significa acquisire maggiore coscienza delle proprie azioni, risultare più affidabile, determinato, efficace . Ogni leader applica le proprie regole. L'importante è il risultato.



Nella prossima puntata analizzeremo, attraverso esperienze di *frontline*, un percorso usato non solo dall'organizzazione interna ma anche, verso l'esterno, dall'attività commerciale come mezzo per la soddisfazione dei clienti. Un esempio di come concepire il percorso stesso ed applicarlo **su chi opera direttamente a contatto con i clienti**: un'ardua sfida, per mantenere il portafoglio clienti, essere efficienti e competitivi anche domani. A presto.

Dr.MAURIZIO FEDELI-COACH