

Sofia Manning
(2007)

COACHING

Det handler om at stille de rigtige spørgsmål



"Bogen er skrevet i "du-form" - henvendt til den kommende coach. Denne stil er i et vist omfang videreført i dette resumé"

En god coach er et menneske, der tør stå ved sin egen styrke og handle på sine indre ønsker. Og som er i stand til at skabe sin egen succes.

Coaching er et lærestykke i ikke at sætte sit lys under en skæppe og ikke at acceptere middelmådighed, men snarere at stille imod at realisere de mål og de drømme, vi alt for længe har fået fortalt, var urealistiske.

1. Hvad er coaching?

Coaching handler om at hjælpe andre med at opdage og udnytte deres fulde potentialer.

Det menneskelige sind er indrettet sådan, at hvis man har besluttet sig for, hvad man vil opnå, så vil man automatisk tiltrække (og lægge mærke til) netop de ressourcer og indsigter, der vil hjælpe på vej mod målet - det er som om hjernen er sat på autopilot.

Alt for mange mennesker definerer deres succes ud fra andres normer, holdninger og opfattelser. De er ofre for det, forfatteren kalder "præstationskomplekset".

Langt de fleste af os tænker i overflademål. Vi tænker i ting snarere end i følelser. Men sandheden er, at den tankegang ofte skaber mere frustration end glæde. Der er nemlig stor forskel på overflademål og sande mål. Og derfor er det en særlig vigtig egenskab som coach at være i stand til at gennemskue de sande mål bagved overflademålene.

Mange mennesker lever livet på en sådan måde, at andre mennesker anerkender dem for det, de opnår - og inderst inde er de alligevel ulykkelige mennesker!

De færreste mennesker udnytter deres fulde potentiale. Coaching kan hjælpe os med en gang for alle at bryde gamle mønstre og skabe nye, som vi aldrig havde troet var mulige.

Alle mennesker vil gerne udnytte deres fulde potentiale.

Mennesker, der hænger fast i deres gamle historie, indser aldrig, at de har muligheden for at udnytte deres fulde potentiale. Men alle mennesker har faktisk muligheden for at tage ansvar og beslutte sig for, hvad de vil med deres liv!

Ofte er indsigten det vigtigste i et coachingforløb. Hvis en klient indser, hvad der har været forhindringen, er vedkommende allerede godt på vej imod den personlige succes. Coaching kan hjælpe med til at få folk til at indse, hvad der i vikeligheden forhindrer dem - og derefter udarbejde en plan for, hvordan de kommer videre.

Mennesker, der tiltrækkes af coaching, føler ofte helt naturligt smerte ved erkendelsen af, at de ikke udnytter deres fulde potentiale.

Som coach kan man føre en forskel ved at sætte spørgsmålstejn ved og virkelig udfordre det, som klienten siger, at han ønsker.

2. Den evige udfordring som coach

Det er uhyre vigtigt, at man som coach er i stand til at hvile i sig selv, fordi man for at kunne coache optimalt skal have overskud; være den bedst mulige udgave af sig selv. Som coach er det meget vigtigt, at man finder sin helt egen stil.

Andre mennesker kan straks fornemme, hvis vi ikke er os selv - og de fleste er utilpasse ved at sidde over for en person, som virker uægte. Det vigtigste for dig som coach er altid at arbejde med dig selv - bevæge dig hen imod dine egne mål.

Hvis du ikke hviler i dig selv, så brænder du hurtigt ud som coach. Du vil føle, at du brænder ud og lever på en løgn, og på længere sigt vil du køre sur i det.

En overbevisning er noget, som du er sikker på. En hæmmende overbevisning er en holdning, du tror på er sand, men som afskærer dig fra at opnå nogen andet.

Nogle overbevisninger er dog nyttige. For en coach er der fx følgende nyttige overbevisninger:

- Lær at acceptere nederlag - og brug dem som motivation
- Du behøver ikke altid at føle dig "god nok" for at hvile i dig selv - men det virker at være ærlig over for dig selv
- Du skal blot gøre dit bedste. Tænk: "Jeg vil altid gøre mit bedste - men resultatet afhænger ikke af mig alene"
- Sammenlign din succes med dine fremskridt
- Kend dit værd. Du behøver ikke at vide alt for at være en god coach. Men du skal tro på at du er en god coach for at være det.
- Tro at der er en grund. Alt hvad vi siger, er jo baseret på overbevisninger. Derfor er det vigtigt, hvad vi går og bilder os selv ind. Så vurder og beslut med dig selv, hvordan du ønsker at forholde dig til det, du går rundt og tror på - dine overbevisninger. Du er, hvad du spiser - og på samme måde bliver du, hvad du tænker.
- Det er livets gang, at dine klienter stopper. I stedet for at modarbejde livets gang, så acceptér og erkend, hvordan tingene forholder sig.
- Du er ikke nødvendigvis den rette coach for alle klienter. Du er ikke noget supermenneske, og hvis en klient har et problem, som du ikke har lyst til eller kan hjælpe med, er det kun en styrke at kunne sige fra.
- Andre mennesker vil altid danne sig en mening om dig. Lad dem det.

Klienterne behøver ikke altid at kunne lide dig. Det, der betyder noget, er at klienten ønsker at bruge dig som coach. Det vigtigste for dine klienter at vide er, at dine hensigter altid er gode.

Begynd allerede nu at skabe et liv, der motiverer dig til at være et menneske, du selv kan respektere. Som ved ethvert andet mål er det vigtigt, at du starter med at definere, hvad et sådant menneske og et sådant liv består af for dig.

3. Coachen er tilstandsspecialist

Tilstande er udtryk for de følelser, som vi til enhver tid har, og de er ikke til at komme uden om.

Som coach er det vigtigt at være "tilstandsspecialist" fordi det er det, dine klienter kommer til dig med - måske fordi de er låst fast i en tilstand.



Enhver tilstand består af de tre elementer i pyramiden ovenfor. Husk, du har det fulde ansvar for samtlige tilstande i dit liv! Som grundregel foretager mennesker sig nemlig ikke noget som helst uden at forvente at få noget positivt ud af det. Der er en god grund til det vi gør (også selvom det ikke umiddelbart er til at se).

Når mennesker ikke kan tro på, at der er en årsag til alting, så er det ofte fordi de har brug for sikkerhed - og så kan det være rart at lægge ansvaret fra sig.

Som coach er det vigtigt at kunne gå ind i en god tilstand, når der er brug for det.

En beslutning, der er truffet i en tilstand af styrke, plejer at være en rigtig beslutning. En beslutning, der er truffet i en underskudstilstand, er næsten altid en forkert beslutning.

For at kunne skabe og kontrollere sine bedste coaching-tilstande, så må man gøre sig fri af sin afhængighed af destruktive tilstande.

Ofte bliver vi i en tilstand længere end nødvendigt, fordi det er bekvemt og vi føler os godt tilpas - det giver os tryghed.

Der er 4 stærke tilstande, man som coach kan befinde sig i:

1. At være nærværende, dvs at man befinde sig i nuet og ikke tænker på, at man fx har et ærinde, man skal have ordnet
2. at være koncentreret, dvs. at man befinder sig i en tilstand, hvor man føler sig fokuseret, koncentreret, "tunet ind" og i kontakt med sig selv
3. At tro på sig selv og sin klient. Selvom det sådan set er klienterne selv, der har løsningen, så skal man som coach være sikker på, at de kan finde den før det rent faktisk lykkes for dem
4. At interessere sig for klienten.

Det gælder om at skabe sig sin egen optimale coaching-tilstand. Det er ikke optimalt, at klienterne ser dig i nedtrykt tilstand, selvom du har en dårlig dag. Eller at de ser dig irriteret og stresset.

Sofia Manning har den erfaring, at man hviler godt både i sig selv og i rollen som coach, når man har nogle stærke, effektive overbevisninger at ty til. Selv bruger hun disse overbevisninger:

- "Jeg kan klare hvad som helst"
- "Alting har en årsag - og det kan komme mig til gode"
- "Jeg gør mit bedste - og ved, at resultatet ikke afhænger af mig alene"

- og på samme måde anbefaler hun, at hver enkelt laver sig en liste over egne, effektive overbevisninger.

En coach er specialist i at se sin klients hæmmende mønstre og introducere nye, konstruktive mønstre. Ofte er coachen ikke i nærheden af klienten rent kompetencemæssigt.

4. Forbered dig - og skab kontakt

Når man indleder en coaching-session eller et forløb med en klient, er det vigtigt at huske på, at han kommer til én med en ganske bestemt model af verden.

Klienter ville ikke komme, hvis de ikke ønskede en forandring i deres liv.

Forberedelse er en vigtig forudsætning for en vellykket coaching-session. Arbejdet med at forberede sig og skabe kontakt foregår i 3 trin:

1. Forbered sessionen
2. Skab tillid
3. Hvordan har klienten det lige nu?

Coaches begår meget ofte den fejl, at de er alt for fokuserede på klientens oprindelige mål. Men måske er det ikke lige det, klienten har mest lyst til at tale om eller arbejde med i dag...

Ad. 1: Forbered sessionen:

Når det er vigtigt at forberede sig til en session, er det, fordi man som coach derved skaber et sted inden i sig selv, som støtter én. Man kan passende følge disse 3 punkter:

- Kig på noterne fra sidste session med den pågældende klient og sæt dig ind i klientens situation
- Tænk ovre, hvad din klient har brug for fra dig i denne session
- Beslut dig for, at dette bliver en god session - og visualiser det. Bevæg dig ind i din optimale tilstand, hvor du er parat til at coache.

Ad. 2: Skab tillid:

At få skabt tillid er vigtigt. For uden tillid ingen forandring. Så enkelt er det...

Som en del af din coaching-identitet skal du finde en elegant måde, hvorpå du bevidst og lynhurtigt kan skifte mellem tre forskellige holdninger, nemlig (1) overlegen, (2) underlegen og (3) ligestillet. Du skal (1) indtage den overlegne holdning for at skabe troværdighed, (2) være i stand til at skifte til den underlegne holdning for at give klienten mulighed for at vise sårbarhed og (3) som oftest befinde dig i den ligestillede holdning for at skabe et dynamisk og ligestillet forhold.

Der er 2 tilgange, der er vigtige i menneskelig relationer: (1) at folk ser os i vores bedste lys og (2) at blive lyttet til. Som coach er det din opgave at forstå din klients intention. Husk, at det ofte er det, der virker begrænsende i selve sessionen, som også forhindrer dem i noget i deres liv.

Når du ser din klient i et bedre lys, end vedkommende på nuværende tidspunkt kan se sig selv, så begynder han ofte helt automatisk at føle sig tryk og tillidsfuld.

Det handler om klienten. Så brug størstedelen af tiden på at stille spørgsmål, sådan at klienten opnår større bevidsthed i forhold til at nå resultater. Og nogle gange - når det er passende - kan man dele en erfaring, som man som coach mener, kan være til hjælp for klienten (gør det gerne i form af en metafor eller en historie).

Som coach skal du altid være ærlig. Hvis du ikke er autentisk i din coaching og holder dig til sandheden, så vil faget dræne dig.

Brug kun humor, når du kender klienten godt og ved, hvordan han har det med humor.

Du skal holde, hvad du lover - uanset hvad du aftaler og lover.

Som ny coach kan man fristes til at tro, at man skal være som sine klienter (indtage samme tilstand). Det skal man ikke, men som coach skal man være i stand til at fejre med sine klienter, for coaching handler også meget om at fejre.

Ad. 3: Hvordan har klienten det lige nu?

Du må som coach være i stand til at opfange, hvor dine klienter befinder sig, og møde dem i den tilstand, de befinder sig i.

Som start på hver session skal du høre, hvordan din klient har haft det siden sidst, I talte sammen.

Notér dig kun det, du har brug for at vide. Sørg for at din klient ikke går i detaljer med sin historie, men kun fortæller det, der er relevant for hans mål.

Støt de motiverende overbevisninger (mange klienter er ikke særlig gode til at erkende deres succeser) og bekæmp de demotiverende.

5. TRIN 1: At sætte mål - og nå dem

Det første trin i coaching-modellen er helt essentielt for en vellykket coaching-session. Først når både du og din klient ved, hvad han ønsker sig, kan du hjælpe ham med at opnå det. Og mange af os aner dybest set ikke, hvad det egentlig er vi gerne vil...

Du skal være klar over, hvad dine klienter forventer at få ud af din coaching, inden I for alvor går i gang. Din klients ønsker og mål skal selvfølgelig tage udgangspunkt i ham selv - og ikke i andre. I hvad han selv kan gøre - og ikke hvad andre skal gøre (anderledes).

En effektiv afklaringsproces kræver struktur. Det kan fx være følgende 7-punkt-strategi:

1. Hvad ønsker din klient at opnå?

Brug evt. livshjulet som hjælp til at klienten kan afklare, hvordan det går for ham på forskellige områder i livet. Inddel i relevante områder og lad ham arbejde med spørgsmålene: "Hvor tilfreds er jeg (på en skala fra 1-10) med dette livsområde?" og "Hvad skal der til, for at dette område bliver et 10-tal?". Meningen med øvelsen er at klienten bliver mere bevidst om, hvilke mål han skal fokusere på her og nu.

"Skab en nu- og en fremtid", der motiverer dig - er navnet på en anden god øvelse. Her beder man klienten om (1) at beskrive sit liv for 5 år siden, (2) at beskrive sit liv lige nu og (3) at beskrive, hvor han ønsker at være om 5 år.

En tredje metode er at lade klienten formulere, hvad han vil nå i løbet af det kommende år eller det kommende kvartal.

2. Hjælp din klient til at skabe mål, der virkelig rykker - for ham.

Det drejer sig om at udfordre ønskerne BAG målet. Klientens mål skal være så vigtigt for ham, at han slet ikke kan lade være med at handle - og det må ikke være skal-, bør- eller kunne-mål.

Mange mennesker baserer deres liv på SKAL og BØR. Men et liv baseret på JEG VIL føles helt anderledes og i flow i forhold til et liv baseret på SKAL eller BØR. Stil evt. spørgsmålet: "Forestil dig, at du kunne få lige, hvad du ville. Lad os glemme dine bør'er og kan'er og skal'er. Hvis du kunne gøre lige, hvad du ville det næste år - hvad som helst - hvad ville du så gøre?"

3. Er det et overflademål?

Overflademål er mål, som klienten ønsker at opnå fordi han tror, at det vil give ham noget dybere. Men alt, hvad vi gør, bunder i et ønske om at opnå et eller flere af følgende:

- Kærlighed (herunder også accept fra andre, accept af sig selv, gode relationer m.m.)
- Udvikling (personlig udvikling)
- At gøre en forskel
- Tryghed
- Succes og opmærksomhed
- Udfordringer og spænding

Hvis man som coach er i stand til at gøre sin klient opmærksom på hans slutmål, så vil man virkelig være i stand til at motivere ham. Når klienten kommer og siger: "Jeg kunne godt tænke mig en ny bil", så skal man som coach spørge ham videre: "Hvad vil det give dig, at få en ny bil?". Når man spørger på den måde, vil der næsten altid ligge et slutmål gemt i klientens svar.

4. Delmål og slutmål

Tjek med din klient, om det aktuelle mål, I arbejder med, blot er et delmål for at nå et andet mål. Stil dig selv følgende spørgsmål, når du afklarer, hvad din klient ønsker:

- Er dette den mest direkte vej til min klients mål?
- Har vi fået defineret den mest effektive vej til målet?
- Er målet i overensstemmelse med min klients liv og selvopfattelse?

5. Er målet specifikt og målbart?

Det er vigtigt, at klientens mål er specifikke og målbare. Man kan fx spørge: "Hvordan kan du føle, når du har opnået dit mål?"

6. Tjek for bæredygtighed

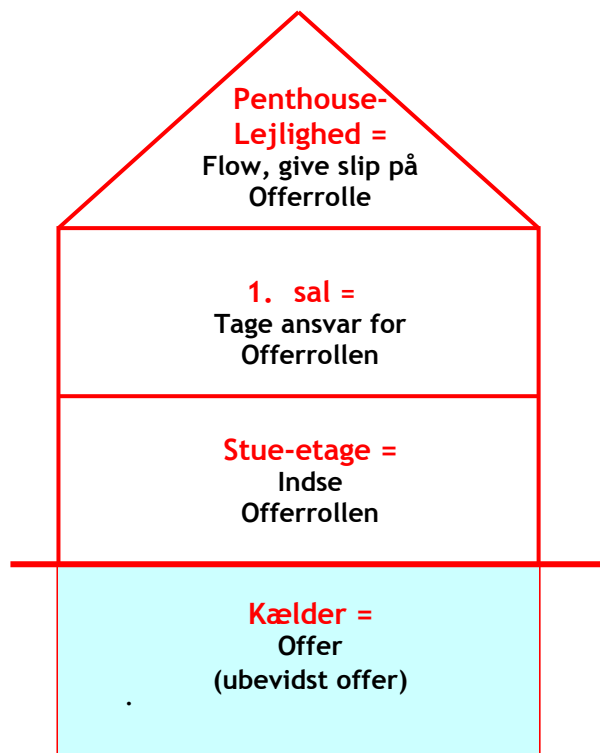
Det er vigtigt at holde sig for øje, at der altid skal være en sund balance mellem de mål, klienten sætter sammen med coachen, og balancen i klientens liv generelt. Som coach er man nødt til at gøre opmærksom på det, hvis klienten ønsker at arbejde med usunde strategier og dårlige mål. Hvis man om coach bemærker en sygelig eller for kontrollerende opførsel, så skal man tage fat på det underliggende problem. Hvis klienten ustandselig gør rent og rydder op - og har et mål om at have et rent og ryddeligt hjem - så er det i stedet problemet med kontrol, der er vigtigt. Som coach kan man spørge klienten: "Ønsker du at give slip på din trang til at have kontrol? Eller vil du hellere fortsætte med at handle som du gør, for at dække dit behov for kontrol?" Hvis klientens mål har karakter af en tvangstanke, så må målene ændres.

7. Tager din klient ansvar?

At tage ansvar er ord, som kan få mange af os til at stritte. Men faktisk vil du opleve en følelse af lettelse, hvis du tager det fulde ansvar. Og som coach kan man hjælpe et menneske fra en "offer"-rolle, hvor de ikke tager ansvar til et liv, hvor de er "in charge" og står fuldt ved sig selv. Det er noget af det, der kan rykke allermost i selvudviklingen hos en klient. Livet i kælderen er hårdt, og du ved ikke hvorfor. Du lever et liv i reaktion på din omverden og dets uretfærdigheder. Første skridt op fra kælderen og ud af offerrollen er at indse, at du befinder dig i en offerrolle. Som coach er det noget af det, du virkelig kan hjælpe med: At få din klient fra ubevidst offerrolle til bevidst offerrolle.

Mennesker på 1. sal er de letteste af coache. De tager det fulde ansvar for deres liv, har lyst til at sætte mål og til at arbejde aktivt på at nå dem.

Penthouse-lejligheden flytter du op i, når du med sikkerhed ved, at du kan, hvad du vil.



6. TRIN 2: Hvad forhindrer dig?

Som coach skal du gennem hele dette trin have en kasket på, hvorpå der står skrevet: "Hvad ønsker min klient? - og hvad forhindrer ham i at opnå det?"

Der findes 4 overfladiske undskyldninger, som vi mennesker disker op med, fordi de er nemme og ikke kræver af os, at vi virkelig tager ansvar og handler. Overfladeundskyldningerne er:

1. Jeg har ikke tiden (hvilket kan være fordi han ikke prioriterer målet højt nok)
2. Jeg har ikke pengene (men hvis han mener, at penge kan forhindre ham i at opnå det, han virkelig ønsker, så er målet måske alligevel ikke vigtigt nok for ham)
3. Jeg har ikke kompetencerne. Som coach skal du støtte din klient i troen på, at han vil blive mere og mere kompetent hen ad vejen, og at det vigtigste er, at han tør handle på sit mål.
4. Jeg har ikke ressourcerne. Har du et mål eller en drøm, så må du stole på, at hvis du handler aktivt på at nå det, så kommer faktorer såsom tid, penge og kompetencer i anden række.

Som coach gælder det om at hjælpe sin klient med at huske, at det eneste, der forhindrer ham, er ham selv!

Når du er kommet gennem laget af overfladeundskyldninger så vil du typisk komme ned til et lag af mere relevante forhindringer:

1. Gamle mønstre, der er blevet til indgroede vaner
2. Manglende selvværd og et forkert selvbillede
3. Interne regler (altså egne normer for egen adfærd)
4. Prioritering af værdier
5. Frygt for andres mening - og frygt for at miste
6. Frygt for at mislykkes - eller frygt for succes (mange er bange for ikke at kunne håndtere ansvaret, hvis det ønskede resultat opnås)
7. Manglende handlekraft (lider af et "udsætter-kompleks)
8. Frygt for at få magt
9. Frygt for ikke at gøre det rigtige
10. Frygt for at miste indbildt kontrol.

Betragt ovennævnte ti typiske forhindringer som en huskeseddel, der gør dig i stand til at spørge ind til dem.

Der, hvor en coach typisk kan skabe den største forandring, er imidlertid i arbejdet med klientens overbevisninger, hans historie - eller ved at foretage skift i tilstande vha. hans pyramide.

Historikken er det, der skete - det objektive. Historien er derimod meget fjern fra at være objektiv. Historien er den subjektive mening, som vi tillægger vores historik. Det er gennem den måde, hvorpå vi forstår og fortolker vores opvækst og oplevelser, at vi skaber mening og betydning i vores liv. Det mest kraftfulde man kan gøre som coach er at gå ind og afbryde den dårlige historie og hjælpe klienten til at skabe en ny fortolkning af hans historik.

En overbevisning er en følelse af at være sikker på betydningen af visse ting. Når det er en overbevisning, så ligger det over, hvad man skal bevise! En overbevisning kan enten være en støtte eller en hindring for dig. Overbevisninger tilegner vi os i løbet af vores opvækst; når vi gang på gang fik at vide, hvordan vi burde leve og administrere vort liv.

Vi er nødt til at handle på trods af vore hæmmende overbevisninger. Ellers kommer vi aldrig til at handle!

Som coach skal man især fokusere på de overbevisninger, klienten har vedrørende sig selv. Dem, som får ham til at begrænse sine mål. Men også overbevisninger om andre: "Hvad mener klienten om de mennesker, han omgiver sig med?". Vores syn på andre mennesker er nemlig ofte en direkte afspejling af vores syn på os selv. Og også hvordan klienten forholder sig til sine egne omstændigheder: Føler klienten sig som skaberen af sin virkelighed - eller er han offer for omgivelserne? Og endelig hvilket syn klienten har på fremtiden: Tror han på, at han fortjener det bedste?

Som coach gælder det om at afdække, hvad der er klientens mest hæmmende overbevisninger om sig selv, hvorfor han holder fast i dem (hvad får han ud af det?), hvilke muligheder ville der åbne sig for ham, hvis han gav slip på dem, og endelig om han er parat til at gøre hvad som helst for at slippe dem.

Sofia Manning har følgende 6-punkts-plan for nye overbevisninger:

1. Lyt til overbevisningen. Første skridt til at ændre en overbevisning er at blive opmærksom på, at den eksisterer.
2. Priorité overbevisningerne
3. Skab væk-fra-motivation ("hvad har den hæmmende overbevisning kostet dig?")
4. Find nye overbevisninger, der erstatter de gamle ("Hvilken overbevisning ville du hellere have end den gamle?")
5. Foretag et sikkerhedstjek (det er nødvendigt at tjekke, hvilke behov de gamle overbevisninger opfylder, så man kan sørge for, at nye overbevisninger opfylder samme dybtliggende behov)

6. Integrér de nye overbevisninger. Det er vigtigt, at klienten føler sig motiveret til straks efter sessionen at gå ud og skabe nye beviser for, at den eller de nye overbevisninger faktisk er sande.

Overbevisninger er et område inden for coaching, hvor du som coach kan gøre en stor forskel.

Pyramiden er et genialt værktøj til at arbejde med en klients tilstand.

Fysiologi	Sprog	Focus & overbevisninger
Når du er i en fysisk ressourcefuld tilstand, er du langt mere åben over for at arbejde med dit sprog og dine overbevisninger	Den anden store forhindring er sproget. Ofte vil det være klientens egen indre dialog, der forhindrer ham i at opnå det, han virkelig gerne vil.	Focuserer klienten på muligheder eller begrænsninger. Skal han hele tiden passe på?
"Hvordan bruger du din krop lige nu?" "Hvilken kropsholdning vil støtte dig mest lige nu?" "Hvordan føles din krop lige nu?" "Hvordan er din vejrtrækning?"	"Hvad siger du til dig selv lige nu?" "Hvad siger du til andre?" "Hvad siger/sagde du til dig selv om situationen dengang og nu?" "Hvad kunne være et metafor for dit liv?" "Hvilke spørgsmål stiller du dig selv og andre?"	"Hvad fokuserer du på?" "Hvad er din overbevisning omkring det?" "Hvad tænker du om situationen?" "Hvad fokuserer du på, som får dig til at føle sådan?" "Hvad tror du på?"

Tal coach-sprog. Som coach er det vigtigt, at du selv taler et motiverende sprog og fokuserer på at vælge ord, der er positive, tydelige og mulighedsorienterede.

7. TRIN 3: Skab motivation

Man skal være motiveret....ellers når man aldrig sine mål.

Nøglen til motivation er at få klienterne til at nå det punkt, hvor de én gang for alle er parate til at bryde det forhindrende mønster, der hidtil har forhindret dem i at nå deres mål.

Manglende motivation handler som regel underliggende om (1) at vi som mennesker ofte ignorerer konsekvenserne af vore mønstre og/eller (2) at vi simpelthen ikke tror på, at vi er i stand til at bryde mønstret.

Motivationen skaber man som coach ved altid at se klienten i et mere positivt lys, end han ser sig selv. Som coach skal man invitere sin klient ud over kanten - få ham til at tage springet fra 10-meter-vippen.

Sofia Manning har en 3-skridts-model til stærk motivation:

- Vurdér om klienten er parat til at skabe forandring
Du kan motivere klienten til at træffe en beslutning om handling - men du kan ikke bryde mønstret for klienten. Det kan han kun selv gøre. De destruktive mønstre ligger aldrig i dvale, så de skal erstattes af nye, konstruktive mønstre. Hvis klienten ikke for alvor er klar til forandringen, så kan det ikke betale sig at arbejde/coache med problemstillingen.
- Motivér klienten til at tage beslutningen om at handle
Motivationen kan ske med glæde, smerte, gulerod eller pisk! Nogle klienter er væk-fra-motiverede (dvs. motiverede af smerten/pisken) andre er hen-imod-motiverede (dvs. af glæden/guleroden). De fleste er dog både-og-motiverede. Hvis du som coach er i stand til at gennemskue, hvor din klient befinder sig på skalaen, vil du også vide, hvordan vedkommende skal motiveres. Når du får din klient til at forestille sig den smerte, det vil forårsage, hvis han ikke ændrer det destruktive mønster, så skal det være en smerte, som er ægte og aktuel lige nu og som vil have langvarige konsekvenser. Og når du får din klient til at forestille sig det velvære og den glæde, han vil føle, når han ændrer det destruktive mønster, så skal du sikre dig, at han her og nu føler, at han bliver belønnet - både i det øjeblik, han ændrer mønstret og på længere sigt.

3. Giv klienten værktøjer til at gøre motivationen permanent
At ændre et mønster permanent kræver permanent motivation! Og permanent motivation forudsætter, at din klient kan få øje på et formål. Så et andet effektivt motivationsværktøj er at få din klient til at tænke over, hvorfor han ønsker at realisere netop dette mål. Det er klientens "hvorfor" der holder ham motiveret fra starten og hele vejen til målet.

Mange mennesker bruger utrolig meget energi på at fokusere på, hvad de ikke får gjort. De fokuserer på alle de mål, de endnu ikke har nået. De lever i en "skulle-kunne-burde"-verden, som virkelig er en energi-dræber. I det øjeblik man som coach hjælper dem ud af denne verden, så får de frigivet et masse energi.

Det er en god idé at motivere sine klienter til at få sorteret og ryddet op i deres mål. Gør det klart for klienterne, at de vil føle sig langt mere motiverede, hvis de har et levende, inspirerende mål, de har lyst til at forfølge - og har modet til at give slip på de mål, der ikke gør andet end at skabe mental støj og forhindre dem i at opnå det, de i virkeligheden ønsker.

8. TRIN 4: Bryd mønstret

Et mønster er et focus eller en form for adfærd, som du mod din vilje gentager igen og igen. Fra barnsben er vore hjerner blevet trænet til at huske, hvordan vi håndterer forskellige situationer - og på den måde udvikler vi vore mønstre.

Man skal have mange input fra andre mennesker for at omskole sin hjerne - gøre den opmærksom på, at der findes andre muligheder end dem, den kender - altså mønstret.

Et mønster skal altid brydes, inde det kan erstattes af et nyt og bedre.

Er den onde cirkel (mønstret) først startet, kan den ikke umiddelbart stoppes igen. Mønstre har en tendens til at følge cirkelen helt til den bitre ende.

Det er dit job som coach at få din klient til at indse, at de gamle, destruktive mønstre ikke længere virker. Din klient er nødt til at bryde mønstret helt, før I kan gå videre til det næste trin. Ellers vil det være som at bygge et hus på et fundament af sand.

At bryde et hæmmende mønster forudsætter en vis viden. Fx skal du sikre dig

1. At din klient er parat til at bryde mønstret
Det er vigtigt, at både din klient og du - som er hans coach - er fuldstændig sikre på at han er klar til at bryde sit mønster, for ellers er det ikke ulejligheden værd at forsøge. Mennesker har ofte en modstand i forhold til at bryde forhindrede mønstre - fx fordi (1) vi oplever det at bryde et mønster som et tab eller (2) fordi vi forestiller os, at det at bryde mønstret vil medføre en større psykisk smerte, end vi kan bære. Det er vigtigt at hjælpe klienten til at indse, at der kan ligge en stor frihed i at forpligte sig på sig selv. Og det at bryde et mønster gør ikke ondt (men der kan være smerte forbundet ved tanken om det..)
2. At du ved, hvad der er værd at vide om mønstre, før du giver dig i gang med at bryde dem
Det er vigtigt at vide, hvilken type mønster, man står over for. Er det et mønster, der skal nedbrydes og elimineres én gang for alle - eller er det et mønster, som skal erstattes af et andet? Som coach gælder det også om konstant at tænke på, hvad det er, der reelt foregår, og hvad det er, som forhindrer klienten i at realisere sit mål.
3. At du har nogle mønster-brydningsstrategier, der virker.
Sofia Manning nævner 4 strategier, der kan bruges til at bryde et destruktivt mønster:
 - Brug pyramiden. FINDER DU ET OMRÅDE I KLIKTENS LIV, HVOR HAN FUNGERER OPTIMALT, SÅ ER DET ALTID EN GOD IDÉ AT OVERFØRE SUCCES-STRATEGIEN FRA DETTE OMRÅDE TIL DET OMRÅDE, I SAMMEN SKAL ARBEJDE PÅ AT FORBEDRE.

- Et afsluttet kapitel. Din klient vil være parat til at gøre sit mønster til "et afsluttet kapitel", når han er så godt træt af et gammelt, destruktivt mønster, at han har lyst til helt at eliminere det fra sit liv. Et afsluttet kapitel er en aftale/kontrakt, som klienten indgår med sig selv. Når din klient indgår en sådan aftale med sig selv, vil han ofte få en dejlig fornemmelse af ro - men metoden forudsætter, at klienten er moden til helt at slippe sit mønster. Hvis klienten virker seriøs med hensyn til sin kontrakt, men stadig ikke kan overholde de løfter, han har givet sig selv, er det på tide at coache ham om, hvorfor han ikke prioriterer sit mål højere end han gør.
- Bryd mønstret med indsigt. En anden effektiv måde at bryde et mønster er at få klienten til at finde frem til, hvad der er "sandheden" for ham. Det vil sige, hvad det egentlig er, han går rundt og overbeviser sig selv om - og om disse overbevisninger støtter eller forhindrer ham.
- Skift focus. En fjerde måde at bryde klientens mønster er ved at ændre hans focus her og nu.

Som coach skal du som hovedregel altid coache dine klienter til at bryde deres mønster - og tjekke, at det er brudt - inden I starter arbejdet med det nye alternativ.

9. TRIN 5: Det nye alternativ - og planen

Der er to aspekter og to "værktøjer" i dette trin. Det første aspekt er at finde det nye alternativ. Det andet aspekt er at coache klienten til en effektiv plan med henblik på at opnå eller vedligeholde det ønskede resultat.

Det nye alternative mønster skal både erstatte det gamle og hjælpe klienten med at ny sit mål.

Få klienten til selv at komme med forslag til, hvad han mener, vil kunne erstatte det gamle mønster. Et værktøj til at finde frem til og integrere nye alternativer kan være at finde frem til nogle personlige ritualer eller påmindelser.

Det er altid nemmere for os mennesker at genbruge vore egne succes-strategier. Så spørg din klient, om han nogensinde tidligere har ændret et destruktivt mønster - og i givet fald hvordan.

Afdækning af andre menneskers successtrategier er det coachingværktøj, som Sofia Manning og hendes klienter har haft allermost succes med. Det er fantastisk effektiv. Find én, der har haft succes - og lad så klienten spørge vedkommende, hvad han/hun har gjort.

Et godt værktøj - også til at afdække andre menneskers successtrategier - er pyramiden. At spørge ind til alle tre sider af pyramiden hos mennesker, der har haft succes med deres strategi.

At afdække successtrategier kan muligvis medføre, at man må bryde sine egne grænser, fordi man jo bliver nødt til at komme ud af sin "skal" og bede andre om hjælp. Men det betaler sig!

De fleste mennesker er i stand til selv at definere, hvad de ønsker. Men det er de færreste, der er i stand til på egen hånd at skabe og integrere nye handle-mønstre. En plan for handling indeholder 4 elementer:

- Udarbejd en hvad-hvorfor-hvordan-plan
- Prioritering af målet
- Forpligt dig mht. tid, ressourcer og ansvar: Lav en gameplan
- Rør resultatet målbart - og fejlr resultaterne.

10. TRIN 6: Den gode afslutning

Måden, du afslutter dine coaching-sessioner på, skal sikre dig, at dine klienter får fra dig i en tilstand fuld af ressourcer og ud i verden med en oplevelse af, at de har fået et værdifuldt skub frem imod deres mål.

Trin 6 rummer 3 delogaver:

- Din klient skal fortælle dig, hvilke handlinger, han forpligter sig til at udføre
- Du skal fortælle din klient, hvad han klarer godt
- Og endelig skal du spørge ham, hvad han fik ud af sessionen.

11. Kom godt i gang!

Hvilken slags coach er du? Der findes masser - fx:

- Den personlige coach (life-coach)
- Den resultatorienterede coach
- Virksomhedscoachen (business coach)
- Forholdscoachen/relationscoach
- Time-management-coachen
- Økonomi-coachen
- Sundhedscoachen
- Spiritualitets-coachen
- Karriere-coachen.

Det gælder om at komme godt i gang. Omkring den første samtale gælder det, at du skal huske, at det er dig, der skal styre samtalen og sørge for, at I kommer igennem alle seks punkter:

- Gensidig præsentation
- Afklaring af "spilleregler"
- Hvad coaching er/ikke er
- Klientens formål med coachingen
- Målsætning - evt. som en hjemmeopgave
- Afklaring af de vigtigste værdier/behov.

Sofia Mannings coaching-model:

<p>1. AT SÆTTE SIG MÅL - OG NÅ DEM</p> <ul style="list-style-type: none"> Hvad ønsker klienten at opnå? (evt. livshjulet og en 1-10-prioritering) Hjælp med at skabe mål, der rykker (fra bør og skal til VIL) Er det overflademål eller drejer det sig om dybere mål (1) kærlighed (2) udvikling (3) at gøre en forskel (4) tryghed (5) succes og opmærksomhed eller (6) udfordringer og spænding. Delmål og slutmål Er målet specifikt og målbart? Tjek for bæredygtighed Tager klienten ansvar (-1)offer, (0) indse offerrollen, (1) tage ansvar for offerrollen og (penthouse) flow, give slip på offerrollen. 	<p>2. HVAD FORHINDRER DIG?</p> <p>Fire overfladiske forklaringer (1) tid, (2) penge, (3) kompetencer og (4) ressourcer. Men derunder ligger mere reelle forhindringer: (1) gamle mønstre, (2) manglende selvværd, (3) egne normer, (4) prioritering af værdier, (5) frygt for andres mening, (6) frygt for at det mislykkes, (7) manglende handlekraft = udsætterkompleks, (8) frygt for at få magt (9) frygt for ikke at gøre det rigtige (10) frygt for at miste indbildt kontrol.</p> <p>Nye overbevisninger fås sådan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Lyt til de gamle overbevisninger Prioriter overbevisningerne Skab væk-fra-motivation Find nye overbevisninger Foretag et sikkerhedstjek (dybere behov) Integrér de nye overbevisninger
<p>6. DEN GODE AFSLUTNING</p> <ul style="list-style-type: none"> Klienten skal fortælle, hvilke handlinger han forpligter sig til at udføre - og hvornår Du skal fortælle klienten, hvad han klarer godt Og endelig skal du spørge ham om, hvad han fik ud af sessionen. 	<p>3. SKAB MOTIVATION</p> <ul style="list-style-type: none"> Vurdér, om klienten er parat til at skabe forandring (ellers er det spild af tid...) Motivér klienten til at tage beslutningen om at handle (glæde, smerte, gulerod eller pisk). Skal være ægte og aktuel - både her-og-nu og på længere sigt. Giv klienten værktøjer til at gøre motivationen permanent (hvorfor? !!)
<p>5. DET NYE ALTERNATIV - OG PLANEN</p> <p>Man skal</p> <ul style="list-style-type: none"> Finde et nyt alternativ (lad klienten selv komme med forslag) Have en effektiv plan for fastholdelse af det nye <p>Idéer:</p> <ul style="list-style-type: none"> Brug klientens egne succes-strategier Brug andres successtrategier Brug pyramiden <p>Handleplan:</p> <ul style="list-style-type: none"> Udarbejd en hvad-hvorfor-hvordan-plan Prioritering af målet Forpligtelse mht. tid, ressourcer og ansvar (gameplan) Gør resultatet synligt - og fejlr resultaterne. 	<p>4. BRYD MØNSTRET</p> <p>Du skal sikre dig</p> <ul style="list-style-type: none"> At klienten er klar til at bryde mønstret At du ved, hvad det er for et slags mønster (elimineres én gang for alle eller erstattes af et nyt og bedre?) At du har mønsterbrydningsstrategier <ul style="list-style-type: none"> Pyramiden Et afsluttet kapitel Bryd mønstret med indsigt Skift focus