

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)




Willkommen zur Coaching-Zugabe!

Liebe Leserinnen und Leser,



ich freue mich sehr, dass Sie dieses Dokument aufrufen! Offenbar reicht es Ihnen nicht, in meiner gedruckten „Coaching-Schatzkiste“ zu wühlen – Sie wollen sogar das Online-Material ausgraben, die fünf versprochenen Zusatz-Schätze. Es handelt sich um Antworten auf Fragen, die sich vielen Coachs stellen, unter anderem: Was tun, wenn ich mich mit meinen Klienten identifiziere, zum Beispiel die Wut auf seinen unmenschlichen Chef teile? Darf ich mich mit meinen Klienten duzen – oder muss ich unbedingt beim Sie bleiben? Soll ich mein Coaching im Voraus abrechnen – oder schicke ich die Rechnung besser nachträglich?

Meine Antworten sind keine letzten Weisheiten, nur eigene Erfahrungen und Erkenntnisse. Prüfen Sie, was davon für Sie stimmig klingt – und was Sie vielleicht anders machen wollen. Gerne können Sie mir Ihre Einschätzung auch mitteilen: info@karriereberater-akademie.de

Sie suchen weitere Coaching-Schätze? Dann empfehle ich Ihnen meine bisherigen Fachbücher „Karriereberatung“, „Handbuch Fantasiereisen“ (beide Beltz) sowie „Die 100 besten Coaching-Übungen“, „Die 500 besten Coaching-Fragen“ und „Die 50 kreativsten Coaching-Ideen“ (alle managerSeminare Verlag). Einige Schätze gibt’s auch zum Anschauen – besuchen Sie gerne meinen Youtube-Kanal: Martin Wehrle, Coaching- und Karrieretipps → klicken Sie hier 

Vielleicht interessiert Sie auch mein alljährlicher Ausbildungsgang zum Karrierecoach. Lesen Sie nach, was Teilnehmer/innen über den Kurs sagen, welche „Coaching-Schätze“ Sie erwarten und welche Möglichkeiten Sie als Karrierecoach hätten: www.karriereberater-akademie.de

Allzeit ein gutes Händchen, beim Coachen und auch sonst,

wünscht Ihnen

Ihr

Martin Wehrle

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Inhalt

Bonus 1: Fragen von Coachs: Was tun, wenn ich mich mit dem Klienten identifiziere? _____	Seite 3
Bonus 2: Fragen von Coachs: Soll ich meine Klienten im Voraus bezahlen lassen? _____	Seite 5
Bonus 3: Fragen von Coachs: Mein Klient spielt Machtspielchen – was tun? _____	Seite 7
Bonus 4: Fragen von Coachs: Darf ich mich mit meinen Klienten duzen? _____	Seite 10
Bonus 5: Coaching-Methode: Ton in Ton _____	Seite 12
Leinwand frei: Gratis Coaching-Videos, von Martin Wehrle für Sie _____	Seite 15



BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Bonus 1: Fragen von Coachs

Was tun, wenn ich mich mit dem Klienten identifiziere?



Der Klient erzählt von einer Situation, die ihn erzürnt. Und Sie spüren, wie Sie mit ihm fühlen und seine Wut sich auf Sie überträgt. Wie damit umgehen?

Einerseits ist das ein gutes Zeichen: Empathie besteht darin, dass Sie sich in Ihr Gegenüber versetzen. Wer nicht nur nachvollzieht, sondern nachempfindet, was in seinem Klienten vorgeht, kann Risiken und Chancen besser einschätzen. Er stellt die einfühlsameren Fragen, trifft beim aktiven Zuhören ins Schwarze und erzeugt den tragfähigeren Rapport. Der Klient fühlt sich tief verstanden.

Andererseits: Wenn Sie zu sehr in die Haut Ihres Klienten schlüpfen, können Sie nicht gleichzeitig agieren als sein Coach. Dann kann es sich um eine konkordante Identifizierung handeln, eine Form der Gegenübertragung, bei der Sie sich selbst im Klienten gespiegelt sehen. Ihr Klient spricht über seine Wut, und Sie fühlen sich an Ihre Wut in ähnlichen Situationen erinnert. Aber wie wollen Sie helfen, wenn Sie befangen sind – oder gar gefangen in eigenen Gefühlen? Wie wollen Sie Ihren Klienten vorwärts bringen, wenn Sie nur sehen, was er auch sieht, und nur fühlen, was er auch empfindet?

So kann man zusammen weinen oder jammern – aber nicht an einem Anliegen arbeiten. Gerade das nötige Maß an Distanz verhilft Ihnen zu Ansätzen, die Ihren Klienten zum Perspektivenwechsel anregen und seinen Horizont erweitern.

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Drei Lösungen:

Lösung 1: Denken Sie gezielt darüber nach, was Sie vom Klienten unterscheidet: Was ist anders an seiner Situation? Was ist anders an seiner Persönlichkeit? Welche Unterschiede bei den Zielen gibt es? Und welches Maß an Distanz brauchen Sie als Coach, um professionell zu arbeiten?



Kommentar: Solche Fragen unterstützen Sie dabei, den Denkkäfig der konkordanten Identifizierung zu verlassen.

Lösung 2: Versetzen Sie sich in andere Menschen, die an einer Situation beteiligt sind. Wenn Ihr Klient zum Beispiel einen Konflikt mit einer Kollegin beschreibt, dann sollten Sie sich fragen: Was würde mir die Kollegin über den Konflikt erzählen? Wie geht es ihr dabei? Welche Wünsche hätte sie an meinen Klienten?

Kommentar: Solche zirkulären Gedankenspiele führen zu zirkulären Fragen, die für Ihren Klienten interessant sind. Gleichzeitig katapultieren Sie sich selbst aus der (übertriebenen) Identifizierung mit dem Klienten.

Lösung 3: Stellen Sie sich vor, dass zwischen Ihnen und Ihrem Klienten ein Fluss verläuft. Denken Sie immer wieder daran: „Ich stehe auf dem einen Ufer, das ist meines – und er steht auf dem anderen Ufer, das ist seines. Ich weiß nicht, was er empfindet. Und er weiß nicht, was ich empfinde. Wir können spekulieren. Aber wissen es nicht. Er ist er. Und ich bin ich.“

Kommentar: Dieses Bild und diese Gedanken bewahren Sie davor, Ihr Fühlen mit seinem zu verwechseln. Zum Beispiel werden Sie, wenn Sie ein bestimmtes Gefühl bei ihm zu sehen meinen, viel eher gezielt nachfragen – statt einfach davon auszugehen, er fühle wie Sie.

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Bonus 2: Fragen von Coachs

Soll ich meine Klienten im Voraus bezahlen lassen?



Zu einem Geschäftskontakt gehört auch die Rechnung. Aber wann ist der richtige Zeitpunkt für sie: vor dem Coaching? Oder danach?

Erst das Coaching, dann die Rechnung: Diese Regel gilt, wenn Sie Mitarbeiter einer Firma coachen. Aber wie halten Sie es bei Privatklienten? Einiges spricht dafür, sich den Stundenpreis im Voraus erstatten zu lassen. Erstens, damit der Klient den Termin auch sicher wahrnimmt. Und zweitens, damit Sie nicht auf Ihrer Rechnung sitzenbleiben.

Aber woher wissen Sie eigentlich genau, wie lange ein Termin dauert? Gerade bei Erstgesprächen kann es sinnvoll sein, einen Zeitkorridor anzusetzen, etwa von zwei bis drei Stunden. Was rechnen Sie dann im Voraus ab? Zwei Stunden, um eine weitere Rechnung hinterher zu schicken? Oder drei Stunden, um dann den überschüssigen Betrag zu erstatten? Beide Fälle sind unpraktisch.

Ebenso lässt sich die Grundhaltung hinterfragen, die zur Vorkasse führt: Wie sehen Sie Ihren Klienten? Ist er jemand, der vereinbarte Termine nur einhält, wenn man ihn mit Vorauszahlungen dazu zwingt? Ist er jemand, der Dienstleistungen in Anspruch nimmt, sich aber um die Zahlung der Rechnung drückt? Oder gehen Sie von einem Klienten aus, der sich auf den Termin mit Ihnen freut, zufrieden nach Hause geht und seine Rechnung gerne begleichen wird?

Ich gebe es zu: In meinen ersten Jahren als Coach habe ich bei Neuklienten oft im Voraus abgerechnet. Später ging ich dazu über, die Rechnungen nachträglich zu stellen, meist für mehrere Termine gemeinsam. 49 von 50 Klienten zahlen postwendend. Und bei dem einen, der die Rechnung übersehen hat, reicht in der Regel eine kurze Erinnerungsmail. Bis heute musste ich nie ein gerichtliches Mahnverfahren betreiben.

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Wie kommt es zu dieser hohen Zahlungsmoral? Das liegt an der Beziehung, die zwischen Ihnen und dem Klienten entsteht. Es gilt der Grundsatz des reziproken Handelns: Weil der Klient viel von Ihnen bekommt, will er Ihnen etwas zurückgeben. Deshalb ist das Risiko überschaubar, wenn Sie Rechnungen erst nachträglich stellen. Je mehr Vertrauen Sie in Ihre Klienten legen, desto eher werden diese es Ihnen bestätigen.



Nur wenn Sie Kosten im Voraus haben, etwa Räume verbindlich buchen oder eine Anreise bezahlen müssen, sollten Sie wie die meisten Seminarveranstalter vorgehen und die Rechnung vorab stellen.

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Bonus 3: Fragen von Coachs

Mein Klient spielt Machtspielchen – was tun?



Hochstatus hier, Tiefstatus dort: Gerade Manager sind es gewohnt, andere in ihre Grenzen zu verweisen. Was tun, wenn solche Machtspielchen das Coaching behindern?

Die Herausforderung: Ihr Klient, ein Manager, reagiert auf einige Fragen pikiert. Mal übt er indirekt Kritik an Ihnen: „Wenn Sie so viel Erfahrung wie ich in leitenden Positionen hätten, dann wüssten Sie ...“ Und schließlich sagt er direkter: „Das finde ich jetzt naiv, wie Sie an die Sache herangehen.“ Außerdem versucht er bei jeder Gelegenheit, die Gesprächsführung an sich zu reißen, etwa durch Bemerkungen wie: „Das halte ich jetzt nicht für zielführend – viel eher sollten wir uns unterhalten über ...“

Sie bekommen das Gefühl, dass der Klient ein Machtspielchen mit Ihnen austrägt. Er will Ihnen beweisen, dass er klüger und mächtiger, kompetenter und weiser als Sie ist. Aber wie sollen Sie als Coach eine Kutsche führen, wenn Ihnen dauernd jemand in die Zügel greift?

Drei Lösungen:

Lösung 1:

„Ich schätze es, dass Sie Ihre Kompetenz und Erfahrung einbringen. Nur habe ich gerade das Gefühl, dass zwei Menschen ins Steuerrad des Coaching-Wagens greifen: Erst schlage ich eine Richtung ein, dann drehen Sie das Steuer in die Gegenrichtung. So schlingern wir, aber kommen nicht vorwärts. Ich schlage vor, dass Sie die Verantwortung für den Prozess mir überlassen, also für die Fragen, die Zeiteinteilung und die Gesprächsführung. Und ich sehe Sie in der Verantwortung für alle Antworten, die Ihr Leben, Ihre Arbeit und Sie selbst betreffen. Unter welcher Voraussetzung können Sie sich darauf einlassen?“

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Kommentar: Diese Rollenklärung gehört eigentlich an den Beginn eines Coachings. Aber falls Ihr Klient sich so verhält, als hätte er das nicht verstanden, sollten Sie es wiederholen. Drücken Sie dabei unbedingt die Wertschätzung für seine Kompetenz aus; möglicherweise fährt er seine Manöver nur, um Sie zu beeindrucken. Damit ist die Übung erfüllt. Ihre Frage am Ende bezieht den Klienten wieder ein – zum einen ist das wichtig für sein Ego; zum anderen, damit Sie sich, wenn nötig, auf die Vereinbarung berufen können.



Lösung 2: „Ich verstehe, dass Ihnen einige Fragen ungewöhnlich erscheinen. Das kann daran liegen, dass ich Ihnen bewusst ungewöhnliche Fragen stelle. Wenn ich Sie frage, was Sie sich selbst schon gefragt haben, kommen Sie vor allem auf alte Antworten. Dagegen können neue Fragen auch neue Gedanken anregen – manchmal über Umweg, das gebe ich zu. Ich bitte Sie, sich möglichst unvoreingenommen auf solche Fragen einzulassen. Und gerne können wir am Ende unseres Termins besprechen, welche Fragen für Sie am hilfreichsten waren – und welche weniger.“

Kommentar: Sie holen den Klienten ab und erklären ihm, warum Sie Fragen stellen, die sich ihm auf den ersten Blick nicht erschließen. Wenn er das als Teil Ihrer Strategie erkennt, wird es ihm leichter fallen, auf Diskussionen über Sinn und Unsinn zu verzichten – zumal Sie ihm anbieten, das am Ende des Termins nachzuholen. Er muss seine Einwände also nicht runterschlucken, was Gegenreaktionen auslösen könnte, nur aufschieben. Meist erschließt sich der Sinn der Fragen im Laufe des Termins.

Lösung 3: „Sie haben völlig Recht: Ich kann und will mich nicht mit Ihnen messen. Was Ihr eigenes Geschäft und Ihre eigene Position angeht, sind Sie der Experte. Ich schaue nur von außen. Und ich glaube nicht, dass ich etwas über Ihr eigenes Berufsleben besser weiß als Sie. Sie sind der Profi für Ihren Beruf, ich bin der Profi fürs Beraten. Was ich Ihnen anbieten kann, ist ein neuer Blickwinkel – nämlich der von außen. Und ich kann Ihnen Fragen stellen, die Sie dabei unterstützen, Ihre eigenen Kompetenzen gezielt für Ihre Herausforderung zu nutzen.“

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Kommentar: Sie erklären den Klienten zum Gewinner des Machtkampfes – was zur Folge haben kann, dass er seine Spielchen aufgibt; er hat ja gewonnen. Gleichzeitig legen Sie Ihre Philosophie offen, wie Sie die Rollen zwischen Ihnen und dem Klienten betrachten. Diese Klärung kann ihn entspannen und auf konstruktiveres Verhalten umschalten lassen.



BONUSMATERIAL Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Bonus 4: Fragen von Coachs

Darf ich mich mit meinen Klienten duzen?



Viele Trainer ziehen bei ihrer Arbeit das „Du“ als Ansprache vor. Aber wie steht es mit Coachs – dürfen sie sich mit ihren Klienten duzen?

Niemand verbietet Ihnen, sich mit Ihren Klienten zu duzen. Nur sollten Sie drei Faktoren berücksichtigen: Was zieht Ihr Klient vor? Was passt zur Situation? Und was harmonisiert mit Ihren Werten? In einem Umfeld, wo das „Sie“ regiert, etwa einem Traditionskonzern, stellt sich die Frage nicht. Anders sieht es aus in Unternehmen, in denen das „Du“ üblich ist, oft über die Hierarchieebenen hinweg – zum Beispiel in Startups oder einigen Medienhäusern.

Welche Vorteile bietet das Duzen? Die Befürworter sagen: Das Gespräch verläuft natürlicher, wenn man statt „Frau Müller-Kleingart“ schlicht „Gabi“ sagen kann. Es ist einfacher, Vertrauen herzustellen und die tieferen Schichten eines Menschen zu erreichen. Einige Methoden, zum Beispiel die Fantasiereise, sind nachweislich wirksamer, wenn man sein Gegenüber duzen kann. Das „Sie“ erzeugt Distanz.

Hier frage ich jedoch: Ist Distanz nicht ein großer Vorteil? Geht es im Coaching nicht darum, dass der Klient seine Situation aus einem neuen Blickwinkel betrachtet, also mit mehr Abstand (und weniger Nähe)? Und ist ein „Sie“ im Gespräch nicht nützlich, um ihn aus seinen Gewohnheiten zu kegeln und auf neue Denkschienen zu lotsen?

Ich selbst sieze mich mit allen Klienten, auch solchen aus „Duz“-Unternehmen – weil ein „Sie“ sich eher mit meiner Rollendefinition des Coachs deckt. Ich will nicht Teil eines Systems sein, sondern neutraler Beobachter. Diese Neutralität wird durch das „Sie“ transportiert. Nähe stelle ich nicht über die Anrede her, sondern über meine Haltung: Wenn ich mich für das Anliegen meines Klienten interessiere, wenn ich mich einlasse auf seine

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Gedankengänge und ihn mit meinem Fragen inspiriere, dann merkt er: „Der Coach ist bei mir!“ Noch nie hatte ich das Gefühl, dass das Siezen dabei ein Hindernis gewesen wäre.



Allerdings: Für einige Übungen schlage ich dem Klienten vor, ins Du zu wechseln. Wenn ich eine Fantasiereise anleite, sage ich vorher: „Ist es für Sie in Ordnung, dass ich Sie für diese Reize duze? Dann kann Sie der Inhalt der Reise unmittelbarer erreichen. Danach wechseln wir wieder zum ‚Sie‘.“ Und natürlich gilt auch in Rollenspielen, wenn ich zum Beispiel einen Kollegen darstelle, dass der Klient mich duzen darf und ich ihn auch – auf der spielerischen Ebene.

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Bonus 5: Coaching-Methode

Ton in Ton



Jeder Mensch spricht seine eigene Sprache. Wenn es Ihnen gelingt, diese Tonart anzuschlagen, können Sie sich besser mit ihm verständigen.

Der Hintergrund:

Der eine Mensch drückt sich bürokratisch aus, der andere spricht bilderreich, und ein dritter bringt die Dinge in kurzen Sätzen auf den Punkt. Jeder wählt eine Sprache, in der sich sein Charakter und sein Hintergrund spiegeln. Wenn es Ihnen gelingt, diesen Ton bei Ihren Ausführungen zu treffen, erzielen Sie zwei Effekte: Sie erzeugen bei den Menschen ein Heimatgefühl, weil Sie ihre Landessprache sprechen; und Sie werden schneller und besser verstanden.

Der Schatz

- 1.) Hören Sie genau hin, wie sich Ihr Klient ausdrückt. Gibt es Redewendungen, die immer wieder auftauchen? Bilder, die er bevorzugt? Wie lang sind seine Sätze? Wie kompliziert oder unkompliziert ist seine Ausdrucksweise?
- 2.) Verwenden Sie zunächst einzelne Begriffe, die der Klient bevorzugt. Zum Beispiel spricht er immer davon, dass seine Lage ein „Kollateralschaden“ einer großen Fusion sei und er sich als „Bauernopfer“ fühle. Also sagen Sie zum Beispiel: „Beschreiben Sie einmal die Schlacht, bei der dieser Kollateralschaden entstanden ist?“, „Und wer ist der König, der Sie zum Bauernopfer machen will?“
- 3.) Vertiefen Sie Metaphern oder Redewendungen, die der Klient verwendet. Zum Beispiel sagt er: „Man sollte die Kirche im Dorf lassen.“ Aber was bedeutet diese allgemeine

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Formulierung, bezogen auf seine konkrete Situation? Haken Sie nach, indem Sie die äußere Hülle der Formulierung knacken: „Wer genau will diese ‚Kirche‘ verpflanzen?“, „Beschreiben Sie einmal, wie das Dorf aussieht, in das diese Kirche nach Ihrer Ansicht gehört?“, „Welcher Schaden entstünde, wenn man die Kirche an einen anderen Ort holen würde?“, „Wer hat es in der Hand, die Abrissgenehmigung für die alte Kirche zu geben?“, „Welche Kirchengemeinde könnte sich für den Erhalt des alten Standorts einsetzen?“, „Auf welcher Seite stehen Sie?“



4.) Im ersten Moment ist der Klient verblüfft, dass seine Formulierung von Ihnen aufgegriffen und wörtlich genommen wird. Doch dann stellt sich bei ihm meist ein gewisses Vergnügen ein, diesmal nicht die Worte eines Dichters zu interpretieren, wie in der Schule, sondern seine eigenen. Dabei bewegt er sich auf vertrautem Sprach- und auf neuem Denkgelände – eine ideale Kombination.

Kommentar:

Wie man im Ausland weiter kommt, wenn man die Landessprache spricht, so gelingt das auch im Coaching. Dabei ist es entscheidend, dass Sie Formulierungen des Klienten nicht nur aufgreifen, sondern sie fortführen, vertiefen und neue Zusammenhänge herstellen. Denn in der Sprache des Klienten, seiner Tonart, spiegelt sich immer sein Denken. Wenn er seine Sprache besser versteht, verändert er seine Selbstkenntnis. Ton in Ton können Sie ihn dabei unterstützen.

Risiken und Gegenmittel:

Achten Sie darauf, dass Sie nicht zum Papagei werden! Greifen Sie einzelne Begriffe auf, führen Sie Sprachbilder fort – aber plappern Sie nicht wörtlich nach, was der Klient sagt, sondern hören Sie aktiv zu. Dann erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass er sich gut verstanden fühlt. Und die Wahrscheinlichkeit sinkt, dass er sich nachgeäfft fühlt.

BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Varianten:

Stellen Sie dem Klienten eine offene Frage, warum er eine bestimmte Formulierung verwendet: „Mir fällt auf, dass Sie nun schon wiederholt von der Kirche gesprochen haben, die Sie im Dorf lassen wollten. Aus welchen Gründen finden Sie diese Formulierung für Ihre Situation so treffend?“



BONUSMATERIAL

Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Leinwand frei:

Gratis Coaching-Videos, von Martin Wehrle für Sie

Auf meinem Youtube-Kanal „Martin Wehrle: Coaching- und Karrieretipps“ will ich meine Schatzkiste für möglichst viele Menschen öffnen: für Leser meiner Bücher, für Coachs und Trainer, für Führungskräfte und für (junge) Menschen, die mich noch nicht kennen. Wer zuschaut, soll einen Einblick bekommen, wie Coaching funktioniert, welche Methoden es anwendet und welche Fragen es aufwirft – das Ganze verpackt in eine, wie ich hoffe, recht unterhaltsame Form. Schauen Sie einfach mal vorbei – wir sehen uns!

Tolle (Frage-)Typen:

Wünschen Sie einen schnellen Überblick, welches die sieben wichtigsten Fragetypen im Coaching sind und wie man effektiv damit arbeitet? Hier erhalten sie ihn:

Coaching
Methoden

7
Frage-
typen



Das ist Coaching:

Als Coach werden Sie immer wieder gefragt – und fragen sich manchmal wohl auch selbst: Was ist eigentlich Coaching? Ich habe probiert, Ihnen anschauliche Antworten zu geben – bitte weitersagen:

Das ist
Coach-
ing

mit
Martin
Wehrle



www.karriereberater-akademie.de

Die erste Ausbildung zum Karrierecoach/-berater

BONUSMATERIAL Die Coaching-Schatzkiste

(Martin Wehrle, managerSeminare Verlag, 2017)



Hilfe, Vielredner:

Was tun Sie, wenn Ihr Klient ohne Ende redet? Wie gelingt es Ihnen, seinen Wortstrom einzudämmen oder fürs Coaching zu nutzen? Gerne habe ich Ihnen ein paar Wege aufgezeigt:



Mitschreiben erlaubt?

In meinem Ausbildungsgang zum Karrierecoach fragen Teilnehmer/innen immer wieder: „Darf ich im Coaching eigentlich mitschreiben? Oder irritiert das den Klienten?“ Heute lautet meine Antwort anders als noch vor 15 Jahren:



Wollen Sie immer auf dem neusten Stand sein?

Ich lade regelmäßig neue Coaching- und Karrierevideos hoch. Wenn Sie immer auf dem neusten Stand sein wollen: Abonnieren Sie einfach den kostenlosen Kanal.

Klicken!



www.karriereberater-akademie.de
Die erste Ausbildung zum Karrierecoach/-berater