

# SPIS TREŚCI

|                  |    |
|------------------|----|
| Lista ilustracji | 11 |
| Lista tabel      | 13 |
| Słowo wstępne    | 15 |
| Przedmowa        | 17 |
| Podziękowania    | 33 |

## **Wstęp 35**

### **1 Nawiązanie relacji coachingowej – narzędzia służące precyzowaniu oczekiwań i wyników 45**

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| Kwestionariusz coachingowy              | 47 |
| Konspekt coachingu i kontrakt           | 50 |
| Coachingowy kwestionariusz samooceny    | 56 |
| Uzgodnienie kontraktu – lista kontrolna | 58 |
| Plan działania                          | 63 |
| Ewaluacja coachingu                     | 65 |

### **2 Narzędzia bazowe – narzędzia pomagające zarządzać współpracą coachingową 73**

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| Model słuchania                           | 73  |
| Umiejętność i techniki zadawania pytań    | 76  |
| Techniki i przykłady informacji zwrotnych | 84  |
| Model ORACLE                              | 91  |
| Coaching w przerwie kawowej               | 98  |
| Autocoaching                              | 101 |

### **3 Ustalanie celu – narzędzia służące precyzowaniu pożądaných wyników 105**

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| Tworzenie afirmacji mocy | 105 |
| Ustalenie celu           | 111 |

**50 najlepszych technik coachingowych**

- Analiza wcześniejszych celów 115
- Przestrzenne planowanie działań 117
- Wizualizacja celu 120
- Scenariusz wizualizacji celu 123

**4 Rozwiązywanie problemu – narzędzia służące badaniu możliwych rozwiązań i kreowaniu pozytywnych opcji 127**

- Uporządkowane strefy 127
- Pozytywne rozwiązywanie problemów (przeramowanie) 130
- Mapowanie problemu 134

**5 Wartości i przekonania – narzędzia służące do odkrywania motywacji 139**

- Negocjowanie w konflikcie wewnętrznym 139
- Redukcja stresu 142
- Zmiana negatywnych schematów myślenia 148
- Ustalanie wartości 151
- Hierarchizowanie wartości 156
- Analiza przekonań 161

**6 Strategie wzmacniania pewności siebie – narzędzia służące wzmacnianiu pewności siebie i poprawie wyników 165**

- Przeprogramowanie negatywnego języka 165
- Osobista przestrzeń perfekcji 168

**7 Efektywna współpraca – narzędzia służące do analizy i budowania lepszych relacji 171**

- Rozwiązanie konfliktu behawioralnego 171
- Analiza i rozstrzygnięcie konfliktu 175
- 360-stopniowa perspektywa 179

**8 Wywieranie wpływu – narzędzia służące intensyfikacji obecności i oddziaływań 183**

- Umiejętności komunikacyjne: audyt i kwestionariusz 183
- Informacja zwrotna 360 stopni 190

## **9 Doskonalenie stylu przywództwa – narzędzia służące rozwijaniu strategii i poprawianiu wyników zespołu 201**

- Kwestionariusz klimatu w zespole 201
- Doskonalenie procesu delegowania 205
- Planowanie delegowania 207
- Ustalanie priorytetów metodą porównywania par 216
- Priorytetyzacja: siatka ważne–pilne 220

## **10 Planowanie przyszłości – narzędzia służące definiowaniu, kim chcesz być i dokąd zmierzasz 223**

- Historia życia 223
- Model rozpoznania 227
- Kreator idealnej pracy 231
- Zarządzanie karierą 236

## **11 Rozwijanie potencjału kobiet – narzędzia coachingowe służące do pracy z kobietami 241**

- Określanie „supermocy” – portret odzwierciedlający mocne strony 241
- Portret odzwierciedlający mocne strony – ćwiczenie 244
- Wzmacnianie pewności siebie poprzez zmianę przekonań: wewnętrzny dialog i zarządzanie „głosem” 250
- Pytania pomocne w zmianie ograniczających przekonań 252
- Część 2 252
- Budowanie pewności siebie: wewnętrzna drużyna 255
- Modelowanie inteligencji emocjonalnej 259
- Zarządzanie oddolne 263

## **12 Coaching w trakcie zmian – narzędzia współtworzenia zmian w organizacji 267**

- Kreowanie środowiska coachingu grupowego 267
- Tworzenie narzędzi dla coachingu grupowego 273
- Model Lean change 280
- Mapowanie różnych perspektyw 285
- Metoda „gorącego miejsca” 290

**13 Dziesięć specjalnych narzędzi naszych coachów 297**

Wyznaczanie celu – zapewnienie zgodności 297

Wybór ważnego celu 302

Przewodnik w procesie zmian 305

SLOBA – model budowania wiarygodności 309

Proces harmonizowania 314

Przegląd zobowiązań 320

Przełamywanie impasu 327

Kształtowanie elastycznego podejścia 330

Tworzenie sieci wsparcia i jej wykorzystanie 335

Wyznaczenie realnego celu, który ma znaczenie i wartość dla rozwoju klienta 339

Indeks 345