

Il punto di incontro per coach, managercoach, professionisti, consulenti, formatori, persone orientate al coaching.

COACH MAG

Il magazine del coaching

Strumenti del coaching

La cassetta degli attrezzi del coach



Questionari e metodi a confronto
Mappe mentali e percezioni a 360°
Teatro e risate
I costi del coaching

Editoriale

di Marina Fabiano



La cassetta degli attrezzi...

Di cosa dispone il coach (e il manager-coach) per far bene il suo lavoro? Diciamo che ormai la fase formativa di base è completata, ben consapevoli che l'addestramento non ha mai un momento conclusivo, ma soltanto fasi in itinere. A questo punto, come il medico costruisce la sua "valigetta" per visitare i suoi pazienti avendo a disposizione gli oggetti necessari, il coach deve approntare la sua cassetta degli attrezzi, strumenti più o meno concreti che, nel tempo, lo aiuteranno ad "essere" il professionista che si immagina. Gli strumenti a disposizione sono davvero innumerevoli, oltre che svariati e diversi tra loro. Pretendere di descriverne molti sarebbe arrogante: mi limiterò a presentarne alcuni, frutto dell'esperienza personale e di colleghi che hanno accettato di condividere le proprie conoscenze. Resto però qui a disposizione per raccogliere altre testimonianze (email: hello@coachmag.it) da condividere in un prossimo futuro, per indirizzare eventuali quesiti o rispondere ad ulteriori domande. Non siate timidi.

D'altra parte sappiamo bene che ognuno si affeziona agli strumenti che ritiene più vicini al proprio modo di pensare, o a quelli di cui ha pratica, a volte dimenticando che la ricerca del nuovo arricchisce la cassetta degli attrezzi, rende il professionista aperto ad altre esperienze, gli permette di ampliare competenze e capacità. Tutto ciò fa reputazione e immagine, network e occasioni di lavoro.

Succede così che si scoprono attrezzi provenienti da ambienti laterali al coaching, come lo storytelling, il teatro, la narrazione o la lettura condivisa; e che si inventino applicazioni fuori dai binari già tracciati, entro le cui confortevoli tracce stavamo tranquillamente (professionalmente) passeggiando, che ci portino a comprendere qualcosa in più del nostro personale stile di coaching, per renderci ancor più unici ed efficaci.

Questo numero di **CoachMag**, il 4° dalla sua nascita, il 1° del 2011, si presenta particolarmente ricco ed ampio, seppure limitato dallo spazio, per contenere strumenti concreti e supporti a sostegno, idee innovative e spunti fondamentali: ad ognuno il compito di far affiorare visioni e modelli per continuare (o cominciare) un nuovo periodo formativo e di crescita personale/professionale.

Buona lettura.

Marina Fabiano
Direttore Editoriale
hello@coachmag.it
www.coachmag.it

COACHMAG

Numero 4

Febbraio 2011

Direttore Editoriale

Marina Fabiano

hello@coachmag.it

In redazione (*questo numero*)

Stefania Savi

Sheyla Rega

Pier Marinoni

Monica Giordani

Enrico Illuminati

Paolo Terni

Roberta Buzzacchino

Mattia Rossi

Fabrizia Ingenito

Grafica e impaginazione

Luca Gentile

hello@lucagentile.it

Direzione e Redazione

Marina Fabiano

Via Baranzate, 57

Novate Milanese (MI)

Tf: 347 3061024

e-mail: hello@coachmag.it

sito: www.coachmag.it

—

Diffusione e periodicità

Online, .pdf scaricabile,

in abbonamento annuale

Quattro numeri all'anno, trimestrali

Copie arretrate, 8€

Abbonamento annuale

4 numeri, 25€

abbonamenti@coachmag.it

tf. 347 3061024

Pubblicità

Rivista online, sito e newsletter

hello@coachmag.it

tf: 347 3061024

L'editore dichiara di aver usato ogni mezzo per riconoscere i diritti d'autore del materiale e delle informazioni utilizzate, e resta ovviamente a disposizione per adempiere agli obblighi di legge nel caso non avesse ottenuto pienamente.

Indice

- 02..... **I colori del Team**
di Stefania Savi.
- 04..... **Il questionario nato per il coaching**
di Sheyla Rega.
- 05..... **Il questionario MBTI e il coaching**
di Pier Marinoni
- 07..... **I segreti del 360°**
di Marina Fabiano
- 09..... **MRG:un salto sfidante**
di Marina Fabiano
- 11..... **Lo Yoga della risata**
di Monica Giordani
- 15..... **Individual Effectiveness**
di Enrico Illuminati
- 17..... **Il metodo Coaching "Orientato alla Soluzione"**
di Paolo Terni
- 19..... **Orientarsi nella complessità: coaching e mappe mentali**
di Roberta Buzzacchino
- 27..... **L'oracolo**
di Mattia Rossi

Sit Up

- 13..... **SitUp - Situazioni Appiccicose**
I costi di una sessione o di un percorso di Coaching
Il punto di vista di "Italian Coaching Group" di LinkedIn

Life Coaching

- 21..... **Il coaching come strumento per la conciliazione**
di Fabrizia Ingenito

Contaminazioni

- 23..... **Coaching & Teatro, competenze intrecciate**
Intervista di Marina Fabiano a Monica Faggiani
- 23..... **Eventi e Web**
- 23..... **Libri in Gocce**

Perchè abbonarsi?

- * *Per ricevere regolarmente, ogni trimestre, la tua copia di CoachMag.*
- * *Per informarti, formarti, conoscere le novità del coaching, gli stili e i casi di colleghi-coach.*
- * *Per essere aggiornato sugli eventi nazionali e internazionali che trattano di coaching.*
- * *Per essere parte di un network di coach, manager-coach, persone (come te) che condividono la cultura del coaching.*
- * *Per...perché lo fai?
Dimmi la tua opinione, partecipa alla costruzione dei prossimi numeri di CoachMag, scrivi a hello@coachmag.it*

**Il magazine
Coachmag
in formato pdf
è disponibile
in abbonamento.**

**4 numeri
a soli 25 euro.**



SitUp

Situazioni Appiccicose

Sono quei momenti in cui non sai bene come proseguire il dialogo, quando cominci a pensare di essere inadeguato nel tuo ruolo di coach (e di managercoach). Cambiare argomento? Insistere? Dichiarare “non so più che dire...”? Ad ogni edizione, CoachMag propone una situazione appiccicosa e chiede a tre coach esperti di esprimere il proprio parere.

Le Tariffe di una sessione o di un percorso di Coaching

Il punto di vista di LinkedIn, Italian Coaching Group

Post tratti da una discussione sul tema “i costi del coaching”. Ne riporto alcune parti, per la conoscenza di chi frequenta poco i social network, incoraggiandovi ad andare a leggere non solo tutta la discussione, ma anche i risultati della ricerca pubblicata da Coaching Studio <http://coachingstudio.it/2010/12/13/tariffe-del-coaching>

Dialogo avviato da **Riccardo Montanari**: mi piacerebbe sapere qual è la media secondo voi del costo che un cliente paga per una sessione di Coaching.

Chiara Bottini: credo dipenda da una serie di fattori:

- 1) il tipo di lavoro che coach e coachee dovranno sviluppare insieme (quante sessioni sono individuate come “opportune” da parte di entrambi);
 - 2) che tipologia di coaching (life, business, executive, ecc) e, quindi, se saranno previsti incontri anche con i responsabili del coachee oppure no
 - 3) se il cliente in questione è in contatto diretto col coach oppure c'è di mezzo una società provider, attraverso cui il coach acquisisce clienti
 - 4) il livello di esperienza del coach
- Detto questo, nella mia esperienza il range varia dai 350 ai 1000 euro a sessione... ma c'è anche chi chiede di più...

Riccardo Montanari: anche io ero fasato su queste tariffe e c'è davvero chi chiede anche di più (secondo me con ragione). Le mie sessioni rientrano nel range che lei ha detto, solo che a volte la gente strabuzza gli occhi a sentire queste cifre... Ho aperto pertanto questo post x capire se ero overprice, oppure c'è chi chiede davvero poco pur di “trovare clienti”.

Chiara Bottini: capisco perfettamente! Il fatto che non si entri ancora nella mentalità di pagare le competenze piuttosto che i “minuti” impiegati nella sessione (senza contare tutto il lavoro che c'è dietro) non agevola le professioni ad altissimo valore intellettuale, come il coaching o anche la formazione.... Tuttavia la strada della consulenza sembra disseminata di committenti “imperfetti” e, spesso, la “guerra dei poveri”, con le tariffe a ribasso, è una sgradevole necessità da cui non è semplice stare lontani, per non inquinare il mercato....

Marco Valerio Ricci: mi sembra che le tariffe di cui si parla siano di gran lunga eccessive e che contribuiscano a creare confusione in un mercato che è già particolarmente confuso. Quando i miei allievi mi chiedono quanto farsi pagare indico un range che va dai €60,00 a sessione per i neo-certificati fino ai €200,00 per chi ha un'esperienza veramente notevole nell'ambito life, mentre in ambito business la forbice si alza a €120,00 - €500,00 - organizzati in pacchetti. Inoltre è fondamentale che siano chiari a priori durata e aspettative comportamentali del coach, troppe volte ho trovato persone che si erano rivolte a coach che la “tiravano per le lunghe”...ed ovviamente non erano soddisfatti del servizio!

Riccardo Montanari: sono d'accordo sull'etica e i confini della professione. Per il resto 60 Euro per una sessione di life coaching, mi pare veramente uno schiaffo alla professionalità di una persona che già ha investito soldi e tempo su sè stessa. 120 Euro x il business, mi pare un pugno più che uno schiaffo. E comunque se riuscite a mangiare con queste tariffe buon per voi...

Chiara Bottini: La competenza dovrebbe essere pagata. E dovrebbe essere etica non in quanto pagata 100 piuttosto che 500, ma in quanto seria, trasparente, ricca di contenuti reali (non immaginari...) e utile, così come da aspettative del committente. Mettere ordine è buona cosa (albi, tariffe, ecc), soprattutto se non si aspira a livellare ciò che non si può livellare. Poi..se si dovesse arrivare al tariffario fisso a 60 euro l'ora, beh, ognuno farà le sue scelte...credo....

Riccardo Montanari: A 60 Euro (Io sono di Milano) cambierei sicuramente professione. Allora paghiamo i piloti degli aerei come quelli dell'ATAC o dell'ATM? Oppure tra guidare un autobus ed un aereo ci vogliono competenze diverse? E tra pilotare un aereo x Ryanair o Emirates c'è differenza?

Mattia Rossi: Se chiedi a un autista dell'ATM, rischi di sentirti rispondere che lui lavora 8 ore filate in mezzo al casino, venendo insultato, rischiando aggressioni fisiche ecc ecc, mica come quei damerini dei piloti che lavorano 2 ore e riposano 2 giorni, e sarebbe giusto che li prendesse lui 10mila euro al mese... Invece se chiedi a un passeggero, ti risponderà che ovviamente guidare il tram è più facile ed è giusto che i piloti d'aereo siano pagati di più dei tramvieri. ... non considero quale differenza ci sia tra pilotare Ryanair piuttosto che British, bensì quale differenza di esperienza vivo io come cliente. Nonché quanti soldi oggettivamente come cliente posso permettermi di spendere. Inoltre.

Da un lato ciascuno coltiva il proprio mercato come la sua professionalità e le circostanze gli consentono di fare, e dunque vende il proprio valore soggettivo al prezzo più vantaggioso che ha l'abilità di spuntare.

Dall'altro, mi pare ci sia ancora molto ma molto lavoro da fare per diffondere un messaggio percepibile e intelligibile da parte della gran massa del mercato potenziale, e in questo credo sia molto utile consolidare una definizione di coaching con relative linee generali per far capire con immediatezza di che cosa stiamo parlando. Il coaching ancora deve spiegare alla "gggente" che cosa sia esattamente. E in questo credo che le associazioni professionali possano e anzi oserei dire debbano giocare un ruolo di primo piano - senza intaccare l'area di autonomia e creatività che caratterizza questa come tutte le professioni.

Alla fine credo che arriveremo alla situazione che vivono tutte le professioni: ci sono quelli che arrancano sulle tariffe minime, quelli che si fanno la loro strada dignitosamente, e quelli che ci si pagano lo yacht a Montecarlo. Eppure sono tutti definiti commercialisti o avvocati o architetti... e non credo che nessuno di quelli con lo yacht si lamenti che quelli con la Panda deprimono l'immagine e la dignità della professione. Semplicemente, ognuno si posiziona nella sua fascia di mercato, affidando la remunerazione del proprio lavoro non ad una generica e astratta dignità della professione bensì alla propria personale soggettiva capacità di erogare valore e di gestirlo imprenditorialmente.

Serenella Panaro: credo che molto dipenda dal target al quale ci rivolgiamo. Se si lavora con clienti life (che perlopiù in Italia ancora non hanno idea di cosa sia il coaching) o si lavora con giovani o con persone in cerca di lavoro è assolutamente impossibile applicare le cifre che ha indicato Riccardo. Condivido con voi però anche questa soddisfazione non meramente economica. Ho fatto sessioni con uno studente davvero talentuoso che ha iniziato a lavorare in una multinazionale e che confrontandosi con il suo manager che gli raccontava i gran benefici che otteneva nel lavoro con il proprio coach, gli ha risposto, sorprendendolo, che anche lui, studente alle prime esperienze aveva il suo coach!

Credo che la nostra sia una professione importante e dovrebbe democratizzarsi sempre più allargando i target di riferimento. Non intendo -svendersi-(attenzione!) ma neanche creare l'idea che o sei Rockefeller o non puoi permetterti di lavorare con un coach. La professionalità e la competenza non dipendono da quanto chiedi, a mio avviso. Occorre mantenersi su quote adeguate alla professione (non troppo basse, altrimenti è volontariato!) ma applicare il giusto prezzo per il giusto target, accompagnando il tutto con una riflessione personale su quale per noi, singoli professionisti Coach, sia il limite personalmente accettabile.

Valentina Licciano: ho letto con molto interesse tutti i vostri commenti... Da neofita ho apprezzato davvero le vostre parole sulle tariffe e soprattutto i commenti sulla professionalità del coach... Ho 31 anni e sono appena diventata coach di 3° livello con specializzazione in Life Coaching. Non sono ancora iscritta ad ICF ma presto mi iscriverò dopo aver fatto tanta tanta pratica :)

A ragione di questo vi dico che sposerò la filosofia della migliore tariffa soggettiva commisurata all'esperienza. Se all'inizio, senza alcun nome alle spalle, senza alcuna garanzia dovessi affacciarmi al mercato con una tariffa di 250 euro a sessione, credo fortemente che il mio suicidio sarebbe letale... Credo anche però che tra Business e Life ci siano parecchie differenze e che tutto debba essere commisurato al target che ti cerca e che ha bisogno di un coach.

Roberto Roppi Brenta: 50€ x h di media. Per un'impresa non profit anche 20€ x h. A Marchionne 500€ x h, magari aggiungendoci un buon Team Building presso una fabbrica polacca e procedendo molto lentamente, come il falegname che mi ha montato la cucina.

Giovanna Giuffredi: interessante scambio su un tema che pone molti interrogativi soprattutto ai neo coach. Un Coach appena uscito dalla mia scuola chiede circa 60 euro, specificando anche che è un neo coach. In tal modo il mercato non viene inquinato, ma è chiaro e trasparente il livello di formazione e di esperienza. Aumentando la seniority, acquisendo anche una certificazione per esempio ICF, si comincia a chiedere di più. Nel Life si arriva anche a 200/300 euro a ora. Il Coaching non deve essere un intervento d'élite. Per questo motivo ho fondato quest'anno un Associazione non profit che offre servizi di Coaching a tariffe agevolate e in tal modo agevolo anche i neo coach che vogliono fare esperienza e sono interessati a tematiche sociali. Quando si parla di Business e in particolare di Executive, le tariffe cambiano e, sempre in base alla seniority del coach, vanno da 400€ a 2000€ a sessione.

Come sappiamo non esiste un albo professionale e sul mercato il coaching ha davvero molte sfumature. Personalmente mi muovo in ambito ICF, dove sono definiti sia il codice etico che gli standard professionali. Dal mio punto di vista deve essere chiaro come riconoscere e declinare in comportamenti specifici le famose 11 competenze ICF e come sviluppare un percorso di coaching, sia sul piano relazionale che di governance. Ma come molti di voi hanno sottolineato, credo che sia giusto agire nel rispetto della diversità degli approcci, purché con etica e responsabilità.

Giulio Ardenghi: Sono allineato, più o meno, con i costi orari di una sessione di business coaching, almeno qui in Italia. La differenza è che io contrattualizzo anche una parte in funzione dei risultati ottenuti. Risultati concordati col cliente e di carattere quantitativo, e quindi indiscutibili. Questa parte la esprimo in valore assoluto e non in %. Quindi la mia esperienza sembra premiare un doppio approccio: fisso orario + bonus a raggiungimento risultati da parte del cliente.

Bene, interessante discussione. E con ciò? Dov'è la Situazione Appiccicosa e quali sono le soluzioni suggerite? Rinnovo l'invito ad esplorare la ricerca effettuata dalla Comunità di Pratica Milano 1 (avviata da Sheyla Rega, risultati elaborati da Valerie Ryder, comunicazione a cura di Marina Fabiano) e pubblicata da Coaching Studio e a tirare, ognuno, le proprie conclusioni.