Con el patrocinio de:
PORTA
Te siento cerca
Con el aval académico de:

CAPACÍTATE
PROGRAMA DE NEGOCIACIÓN EFECTIVA
EL UNIVERSO

MÓDULO VI

Coaching COMERCIAL

A. INTRODUCCIÓN AL COACHING: DE LOS PLANES DE ACCIÓN A LOS RESULTADOS
B. COACHING PERSONAL: LAS HERRAMIENTAS FUNDAMENTALES
C. COACHING PARA EQUIPOS DE VENTAS: ¡POTENCIANDO SU EQUIPO!
D. DESARROLLE SU PLAN DE COACHING COMERCIAL

Objetivo general:

Desarrollar a través del Coaching prácticas de gestión que incrementen constantemente los niveles de aprendizaje y desempeño de individuos y equipos con metodologías y procesos que guíen de una manera más efectiva la labor comercial.

Objetivos específicos:

- Analizar los conceptos del coaching para internalizarlos y generar el cambio personal a fin de obtener nuevos y mejores resultados.
- Concienciar la importancia del proceso del coaching y sus fases fundamentales para implementarlas de forma consistente como nuevas practicas de gestión.
- Identificar los cuatro objetivos principales a través de los cuales se busca desarrollar el coaching en individuos o en equipos.

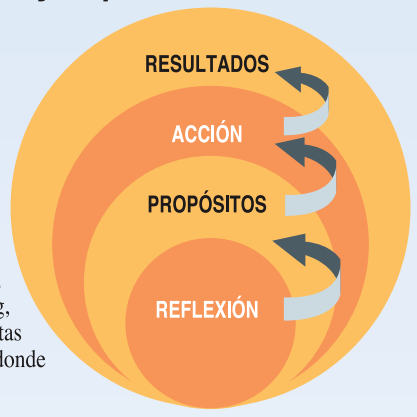
Introducción al Coaching
De los planes de acción a los resultados

Actualmente, una de las mejores prácticas organizacionales es el coaching. Está considerado como profesión emergente con una metodología basada en herramientas de comunicación avanzadas y, además, considerado como un medio fundamental para el incremento de la capacidad de acción y el logro de nuevos y mejores resultados.

Como proceso, el coaching marca una línea que acompaña el recorrido de una persona o equipo desde su estado inicial o situación problema y, mediante un proceso reflexivo, lo lleva a la definición de nuevos propósitos y objetivos, emprendiendo la acción y obteniendo resultados.

Y es justamente este proceso reflexivo el que busca, en términos de Joseph O'Connor y Andrea Lages, autores del libro Coaching con PNL que:

"…seamos más conscientes de nosotros mismos, descubramos dónde nos encontramos, definamos caminos para ir más allá y emprendamos la acción".



Una de las razones principales por la que en las áreas comerciales y en los equipos de ventas, se combina el coaching con otro tipo de actividades de gestión y planificación, es por la preocupación acerca del crecimiento de los equipos y por el deseo de llevarlos a nuevos y mejores niveles de desempeño.

Sir John Whitmore es, entre otros, pionero en la práctica del coaching, autor del libro con grandes ventas "Coaching For Performance", en donde manifiesta:

"Cuando gestionamos un equipo siguiendo el enfoque del coaching, el trabajo se hace, a la vez que el equipo se desarrolla…"

Concepto al que desde nuestra experiencia añadiríamos, el trabajo se hace, el equipo se desarrolla y los resultados mejoran.

Por otra parte, en los nuevos modelos de gestión, la creación de entornos de confianza, la generación de espacios de aprendizaje organizacional y la exigente búsqueda de nuevos niveles de desempeño, hacen necesario que surja la figura de un nuevo gerente, un gerente con las habilidades de un coach, que se vuelva un facilitador y que sea capaz de desarrollar a través de un nuevo estilo de liderazgo, nuevas prácticas y nuevos resultados.

Origen del Término Coach

Pero… ¿de dónde viene esta palabra? ¿Se puede traducir al español esta palabra? ¿Cuál es su real significado? Son algunas de las preguntas que frecuentemente nos planteamos en relación al término, y las primeras respuestas surgen por la relación de la palabra con el mundo de los deportes: el coach, el entrenador, quien es especialista en dirigir a un deportista o equipo y llevarlo a un nivel de rendimiento distinto, por encima del promedio, desarrollando nuevas competencias y habilidades para el logro del los objetivos.

No obstante, etimológicamente, coach viene de la palabra húngara kocsi, (siglo XV y XVI), que significa un vehículo tirado por animales utilizado para transportar personas. La palabra -que fue variando de acuerdo a los países- se concretó en el inglés como coach: carruaje o vehículo que transporta gente de un lugar a otro; término y definición vigentes hasta la actualidad.

En el ámbito empresarial el concepto de coach, es ese vehículo, o medio de acompañamiento y soporte psicológico, motivacional e inspiracional para que una persona o grupo de personas se dirijan hacia la consecución de sus más grandes metas.

Rafael Echeverría en su libro La Empresa Emergente, lo define de esta

El coach es alguien que, provisto de distinciones y competencias que otra persona no posee, observa lo que esta hace y detecta los obstáculos que interfieren en su desempeño, con el propósito de mostrarle lo que no ve y conducirla a emprender las acciones que la llevan a alcanzar los niveles de desempeño a los que aspira.

Otras Definiciones

La International Coach Federation, ICF, uno de los máximos organismos reguladores del coaching como profesión, lo define de manera sencilla de la siguiente forma:

"El coaching es la colaboración que existe con los clientes en un proceso creativo y estimulante que les sirve de inspiración para maximizar su potencial personal y profesional".

Leonardo Ravier, una de las grandes autoridades del coaching en España, comenta en su libro "Arte y Ciencia del Coaching" que:

"Lejos de una moda pasajera del management o de la psicología de autoayuda, el coaching resucita conceptos esenciales del desarrollo humano que han estado "dormidos" durante un largo periodo del conocimiento humano".

El mismo John Whitmore, define el coaching como aquel proceso que ayuda a alguien a pensar por sí mismo, a encontrar sus respuestas, a descubrir dentro de sí su potencial, su camino al éxito, sea en los negocios, en las relaciones personales, en el arte, el deporte o el trabajo.

En su esencia, el coaching está nutrido de principios filosóficos. Por ejemplo, la mayéutica de Sócrates, que es el arte de hacer preguntas, provocar y desafiar creencias, y hacer que nuestro interlocutor descubra sus propias respuestas.

"Yo no puedo enseñaros nada, solo puedo ayudaros a buscar el conocimiento dentro de vosotros mismos, lo cual es mucho mejor que traspasaros mi poca sabiduría".

Todos los conceptos acerca del coaching se irán clarificando y ampliando en el siguiente módulo, en el cual veremos que este se sirve de herramientas fundamentales o básicas para lograr ese cambio personal y nuevos resultados descritos.

Objetivos del coaching

En un mismo proceso, busca alcanzar cuatro objetivos, tanto para individuos como para equipos:

1. Desarrollar visión de largo alcance.
2. Definir objetivos claros.
3. Planear y ejecutar el proceso con serenidad pero con constancia.
4. Obtener precisión y resultados.

Analicemos cada uno de estos objetivos:

1. Visión de largo alcance: Ir por más, ver más allá. Es vital entender que en ese proceso reflexivo que se describió en líneas anteriores, hay nuevas metas, nuevos presupuestos, que son posibles de alcanzar en tanto en cuanto estén conectados con las intenciones o sueños más elevados, generando de esta forma la energía necesaria para emprender acciones de manera distinta. Por ejemplo:

"Es mi anhelo convertirme en el mejor vendedor del año 2011 de mi empresa."

La sentencia anterior, que puede ser descrita por usted como ejecutivo de ventas, propietario de su negocio o por alguien de su equipo de trabajo, refleja ese anhelo natural de ir por más o lograr mas en un área determinada, lo cual quedaría solo como una pequeña fuerza o sueño motivacional sino es acompañada por objetivos claros y específicos.

2. Objetivos claros: Es la capacidad de enfoque y concentración para poder elegir las mejores alternativas, identificar el qué y el cómo de aquellos objetivos que se convertirán a su vez en los pequeños pasos hacia nuestra Gran Meta.

Ejemplos de Objetivos Claros para alcanzar la Visión anterior:

- Ampliar mi base de futuros clientes o prospectos.
- Desarrollar aún más mis habilidades de conversación y persuasión.
- Incrementar en un 50% el número de citas y visitas semanales.
- Conseguir un mayor apoyo de mi jefe o supervisor para el manejo de negociaciones difíciles.

Generalmente, tanto el orden de los objetivos claros como su prioridad, los define el participante de este proceso de coaching sobre la base del impacto que cada uno de estos genere en el logro de aquella Visión previamente definida.

"Cuando un hombre no sabe hacia dónde va, ningún viento le es favorable". Séneca

3. Serenidad y constancia en la Planeación y en la Ejecución: La armonía con las otras áreas de nuestra vida, el balance, el equilibrio integral pero a la vez la disciplina y la generación de nuevos hábitos es lo que permitirá ejecutar los planes, saliendo de aquellas zonas de confort que impiden lograr o alcanzar las metas propuestas. Este objetivo se refleja en el símil con el vuelo del águila, la cual desde lo más alto y una vez definida su presa, emprende el vuelo con la confianza de poder alcanzarla.

Algunos autores suelen incluir en este punto lo que denominan valorar las posibles interferencias, analizar los pros y contras, en definitiva, prevenir o anticiparse, para que la ejecución sea lo más efectiva posible.

Más sobre el tema en **www.eluniverso.com/capacitate.**

Juan Carlos Sáenz Martínez

- ✓Director del Área de Coaching de Business Life Training
- ✓Coach Miembro de la International Coach Federation
- ✓International Coach, Certificado por la International Coaching Community
- ✓Coach Ejecutivo, Certificado por The International Society of Neurosemantics
- ✓Master en PNL y Neurosemántica

RADIO CITY 89.3 FM

Escucha hoy, a las 20:00 en Radio City, al **Ing. Óscar Mendoza, autor del módulo V de Capacítate.**

89.3 en Guayaquil y 99.7 en la Península

Ingresa a **www.eluniverso.com/capacitate** y encuentra un glosario de términos, bibliografía de consulta y más del tema. Si tienes dudas sobre esta clase, envíanos tus preguntas a **capacitate@eluniverso.com**

Paquita Calderón - Editora de textos y diseñadora de la estructura pedagógica.

Válido del 15 de noviembre al 6 de diciembre de 2010 o hasta agotar stock. Equipo incluido sujeto a la permanencia del cliente dentro del plazo del Plan Contratado; en caso de terminación anticipada el cliente deberá pagar el valor pendiente del equipo. Precio Final del MB adicional $0.112. Promoción doble de MB aplica desde el primer mes completo de facturación de manera consecutiva. A partir del 13vo. mes, aplica la cantidad regular de MB incluidos en el Plan. Navegación y servicio 3.5G aplica en zonas de cobertura. Disponible en Centros de Atención a Clientes PORTA y Distribuidores Autorizados a nivel nacional. Plazo del Plan 18 meses. Sujeto a condiciones de la promoción. Revisa condiciones y cobertura 3.5G en **www.porta.net**