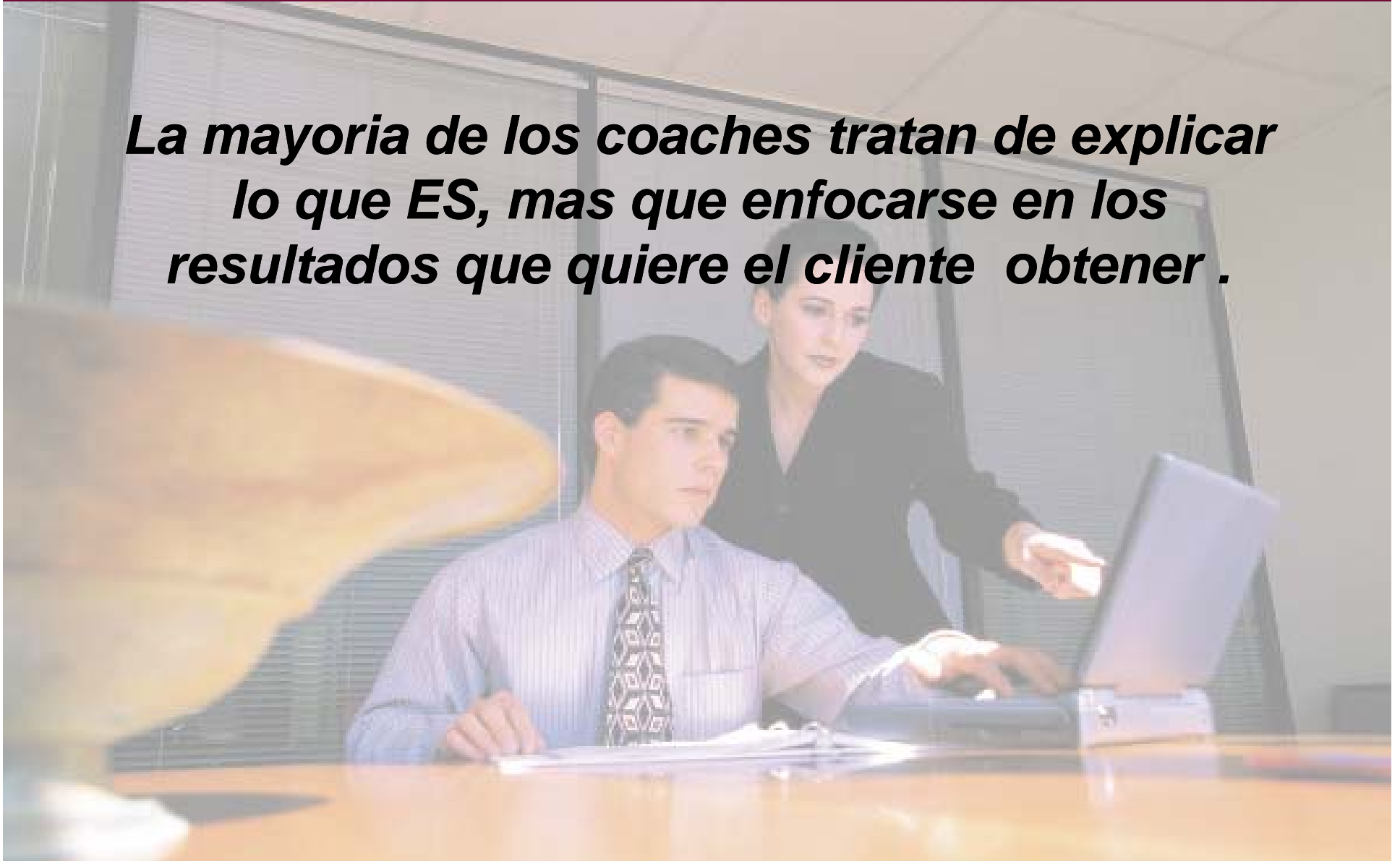


Valor del Coaching

Valor del ¿Qué es? coaching

La mayoría de los coaches tratan de explicar lo que ES, mas que enfocarse en los resultados que quiere el cliente obtener .



COACHING se trata de ...

Crear una interacción de colaboración para producir mejores resultados

- A través de una Conversación efectiva se crea un ambiente para discutir temas de desarrollo de liderazgo, cambios personales y organizacionales
- Se crea un espacio para que gente con alta capacidad de rendimiento discuta límites y obstáculos sin resentimiento, miedos o juicios
- Se emplean estrategias para acelerar el éxito

Estrategias :Posicionar Coaching como un servicio profesional



- Como tal muestra tu valor y tus éxitos
 - Acreditación , experto en que área, testimonios, lista de clientes
- Orientado al Logro
 - Cuantifica logros con tus clientes
- Da poder al Cliente: Entérate de las necesidades del cliente primero!
El coaching, y tu, son opciones:
 1. Gracias pero No te necesito
 2. Esto lo puedo resolver internamente, o
 3. Hagámoslo juntos

Conóctete a ti mismo...



- Asegúrate que eres el/la mejor para Lograr resultados que desea este cliente
- Te conviene? estas alineado con este cliente?
 - Estas trabajando desde el DESEO o desde la NECESIDAD propia ?
 - Mantén un coaching con Propósito y Compromiso
 - **Determina si COACHING es una herramienta para el éxito para este cliente**

① Recolectar Información del Cliente

La Organización: *Los Conductores del Negocio*

Conductores del Negocio

Los clientes / Inversionistas son los Reyes

Economía global y competencia

Bolsa de valores errática

Tecnología de la información

Dinámica de la fuerza de trabajo

Expectativas de los empleados

Metas sociales

Implicaciones

Enfoque sobre los clientes e inversionistas

Enfoque sobre el mejor desempeño

Enfoque sobre operaciones pobres

Enfoque en servir "Global"

Enfoque en mejoras constantes

Enfoque en todas las personas

La organización: *La Corporación del Siglo 21 – Aspectos Contrastantes de la Organización*

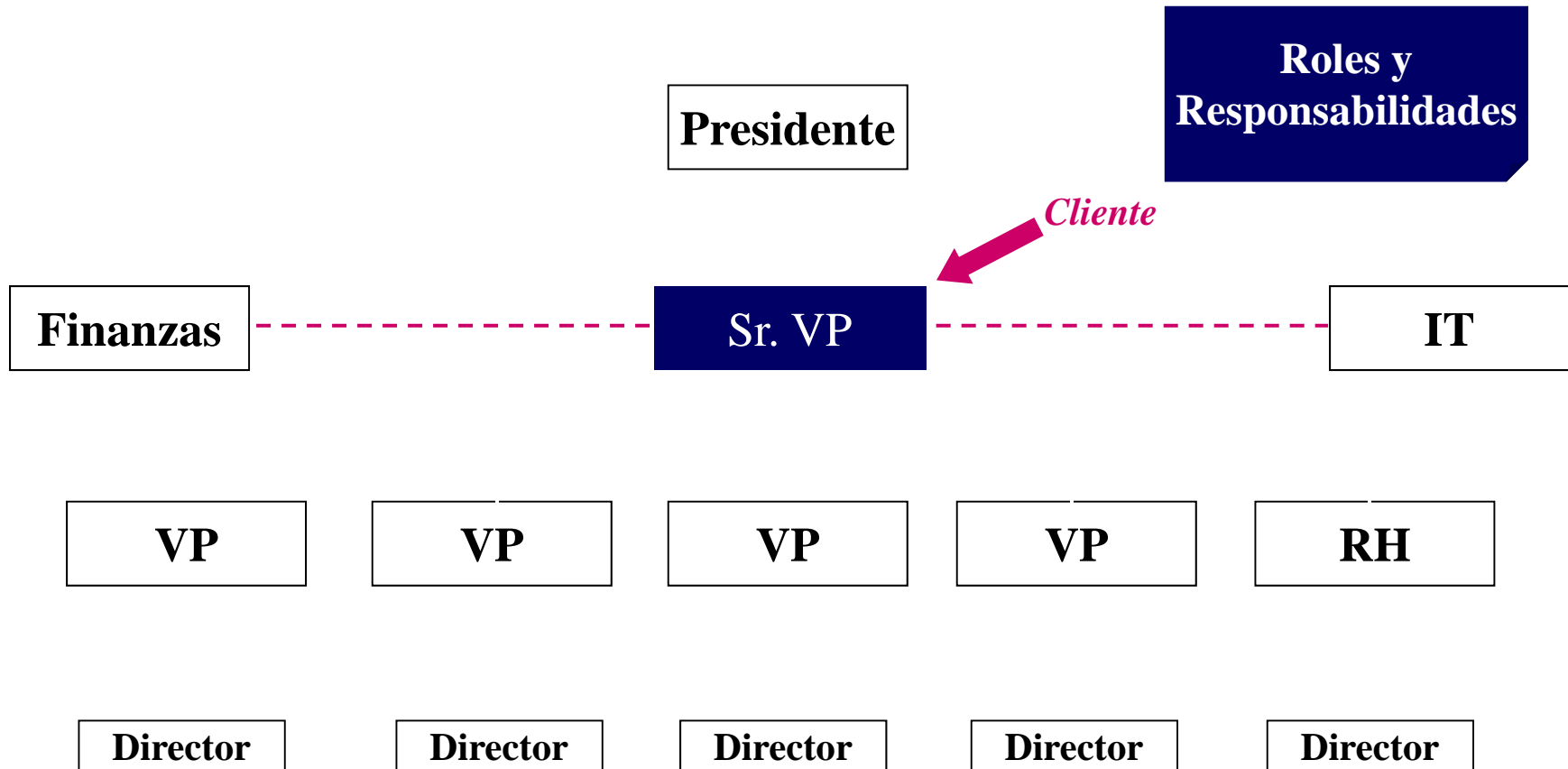
Característica	Siglo 20	Siglo 21
Organización	Piramidal	La Web o Red
Enfoque	Interna	Externa
Estilo	Estructurada	Flexible
Fuente de Poder	Estabilidad	Cambio
Estructura	Auto-Suficiente	Interdependencias
Recursos	Activos Átomo - Físicas	Bits-Información
Operaciones	Integración vertical	Integración Virtual
Productos	Producción en Masa	Fabricación a la Medida en Masa
Alcance	Doméstico	Global
Financias	Trimestral	Tiempo real
Inventarios	Meses	Horas
Estrategia	Del Tope hacia Abajo	De abajo hacia Arriba
Liderazgo	Dogmático	Inspirativo
Trabajadores	Empleados	Empleados y Agentes Libres
Expectativas en el trabajo	Seguridad	Crecimiento Personal
Motivación	Completar	Crear
Mejoras	De Crecimiento	Revolucionaria
Calidad	Más económico	Sin Compromiso

Fuente: Business Week

4 totalSuccess

Executive
& Corporate
Coaching

El Cliente: *Estructura de la Organización*



Fuentes para Recolectar Información

La Organización

- ◆ Reportes anuales y 10Ks
- ◆ Web-site y buscadores de Internet
- ◆ Periódicos de negocios
- ◆ Revistas de Negocios
- ◆ Canales de Noticias de Negocios y reportes de la bolsa de valores
- ◆ Relación de reportes de clientes (360°)

El Cliente

- ◆ El cliente y sus relaciones de reportes (360°)
- ◆ Revisiones de desempeño (360°) y metas personales
- ◆ Buscadores de Internet
- ◆ Periódicos de negocios
- ◆ Revistas de Negocios

2 . Recolectar Información del Cliente

Valor percibido por el cliente

- No hagas caso a Comparaciones del mercado: SI TU VALOR ES UNICO TE PAGARAN LO QUE VALES
- Si te necesita , cuanto esta dispuesto a pagar?
- Maneras de presentar : valor añadido o minimizar riesgos.

Recolectar Información del mercado como referencia

- Empresas consultoras o de coaching por coaching ejecutivo
 - Coaching Individual
 - Estructura de bandas
 - Que te distingue en valor?
- 20 a 40,000 dolares por seis meses
 - Minimo \$150, hasta \$3000 por hora (en Latinoamerica 300\$/H por hora es comun en corporativos)
- Conoce la tuya si trabajas con distintos tipos de clientes. P ejemplo corporativos. Pymes, nuevos empresarios
- Que tipo de servicios ofreces?

③ Valor para el Cliente

Consejos (Tips)

- Establece cual es tu valor UNICO, como coach (por que yo, por que ahora, Por que coaching)
- Califica quien es tu CLIENTE (nicho, nivel de decision, nivel relacional)
- Alista tus opciones , delineando valor incremental
- No hables de precio
- No te preocupes
- No envíes propuestas hasta haber garantizado un SI

RECURSOS

- Buscar un mentor que sea exitoso en el proceso de ventas o negociacion en el area de servicios
- **Libros:** “Value based fees” Allan Weiss, “Coaching that counts “ M Anderson
- Articulos : Evidence based coaching (O Laske)
- International Journal of Evidence Based Coaching and Mentoring
- Considera aprender en seminarios empresariales
- Evalua tu capacidad para mercadear/vender
- Revisa tu conocimiento sobre area de ventas/ empresario
- Conoce tus capacidades no solo como Coach sino como empresario
- Busca apoyo de otros expertos que puedan ser parte de tu estructura comercial.