



Massimo Tommasi

***Manuale applicativo
di coaching***

Casi aziendali, esperienze
ed esercizi pratici

MANAGEMENT

FrancoAngeli

TOOLS

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



Massimo Tommasi

Manuale applicativo di coaching

Casi aziendali, esperienze
ed esercizi pratici

 FrancoAngeli

TOOLS

Massimo Tommasi opera da svariati anni come coach, consulente aziendale e trainer nell'area delle risorse umane.

Ha svolto i suoi interventi in alcune tra le principali realtà aziendali del NordEst (*Bata Compar, Despar, Jolly Hotels, Boscolo Hotels, Indesit, Askoll Holding, APS Padova, Azienda Sanitaria Treviso, Umama spa*, e molte altre).

Ha gestito ed è stato responsabile di società di consulenza ed ha lavorato per le principali associazioni di categoria del suo territorio (*Associazione Industriali, Associazione Commercialisti, Associazione Artigiani*).

Coach associato ad IAC (*International Association of Coaches*) è anche membro attivo dell'AIF (Associazione Italiana Formatori) e dell'AIDP (Associazione Italiana Direttori del Personale) e ha insegnato in vari master universitari.

L'ultima sua pubblicazione per la FrancoAngeli risale al 2005 e si intitola *Dirigere, guidare, coinvolgere*, scritta assieme a Domenico Laterza.

Attraverso **Potenziale Umano**, realtà dedicata al coaching e alla PNL, opera come *personal e corporate coach* e come formatore nei percorsi formativi sul coaching.

m.tommasi@potenzialeumano.it

info@potenzialeumano.it

Progetto grafico di copertina: Elena Pellegrini

Copyright © 2007 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

Indice

Introduzione	Pag.	11
1. Il coaching	»	14
1. Cos'è il coaching	»	14
2. Similitudini e differenze con altre figure professionali	»	16
3. La diffusione del coaching	»	19
4. Gli ambiti di applicazione del coaching	»	20
4.1. Il self coaching	»	20
4.2. Il life coaching	»	23
4.3. Il business coaching	»	25
4.4. Il corporate coaching	»	26
4.5. Il teamleader coaching (coaching dei collaboratori)	»	27
5. Le competenze del coach	»	29
2. Dalle logiche di approccio al modello di Potenziale Umano	»	33
1. L'approccio sistemico	»	33
2. L'approccio della Consulenza di Processo	»	34
3. L'approccio GROW	»	36
4. La Programmazione Neuro Linguistica (PNL)	»	37
5. Il modello olistico di Potenziale Umano	»	40
5.1. Le fasi dell'approccio di Potenziale Umano	»	43
3. Aspetti organizzativi e pratici per la gestione del coaching	»	45
1. Come presentare il coaching	»	45

2. La raccolta delle informazioni	Pag.	47
3. Setting e aspetti organizzativi	»	49
4. Il rapporto con il cliente	»	53
5. Codice etico e norme operative	»	55
6. Boicottaggi e resistenze	»	58
7. Aspetti pratici: la riservatezza e la legge sulla privacy	»	61
4. Gli strumenti operativi del coach di Potenziale Umano	»	65
1. Stato ottimale: come entrare in sintonia e gestire lo stato emotivo	»	65
1.1. Prima cosa... creare sintonia	»	65
1.2. Ascolto e comprensione delle richieste	»	70
1.3. Favorire stati d'animo appropriati	»	72
2. Definire gli obiettivi in un contesto olistico	»	77
2.1. Primo: pensare dove si vuole andare	»	77
2.2. La ruota della vita	»	79
2.3. Dagli obiettivi alle finalità: perché lo voglio?	»	81
3. Valutare la situazione: il problem setting	»	82
3.1. Le domande di profondità	»	82
3.2. Guardare da più angolazioni: le posizioni percettive	»	85
3.3. Dov'è il problema? Un modello a più livelli	»	85
4. Attivare le proprie risorse	»	90
4.1. Il modeling e il self modeling	»	90
4.2. Le strategie	»	93
4.3. Il linguaggio come fattore di cambiamento	»	95
5. Superare gli ostacoli	»	97
5.1. Proiettarsi nel tempo	»	97
5.2. E se non fosse proprio così? (ristrutturare significati e contesti)	»	98
5.3. Facciamo finta che (as if...)	»	99
5.4. L'importanza delle convinzioni	»	100
6. Il controllo ecologico	»	102
6.1. Dal riuscire all'essere soddisfatti	»	102
6.2. I valori e le regole di soddisfazione	»	103
6.3. Gestire resistenze, incongruenze e conflitti interiori	»	105

5. Strumenti applicativi del coach	Pag.	108
1. Fase dello “stato attuale”	»	108
1.1. Prima cosa: creare sintonia	»	108
Esercizio di calibrazione	»	108
Esercizio di rispecchiamento	»	109
1.2. Ascolto e comprensione delle richieste	»	110
Esercizio sull’ascolto attivo	»	110
1.3. Favorire stati d’animo appropriati	»	110
Esercizio per la gestione dello stato d’animo	»	110
Esercizio sul dialogo interno	»	111
Esercizio sul “focus”	»	112
Esercizio sulle “submodalità” dell’esperienza	»	112
Esercizio sull’uso delle ancore	»	113
2. Definire gli obiettivi	»	114
2.1. Primo: pensare dove si deve andare	»	114
Esercizio per definire i propri obiettivi	»	114
Esercizio sulle regole di buona formazione degli obiettivi	»	114
2.2. La ruota della vita	»	115
Esercizio sulla ruota della vita	»	115
2.3. Dagli obiettivi alle finalità	»	116
Esercizio sul legame obiettivi-finalità	»	116
3. Valutare la situazione: il problem setting	»	117
3.1. Le domande di profondità	»	117
Esercizio sull’utilizzo delle domande di profondità	»	117
Esercizio sulla comunicazione di profondità	»	117
3.2. Guardare da più angolazioni: le posizioni percettive	»	118
Esercizio sulla seconda posizione percettiva	»	118
3.3. Dov’è il problema: un modello a più livelli	»	119
Esercizio sui livelli logici	»	119
Esercizio sull’allineamento dei livelli logici	»	120
4. Attivare le proprie risorse	»	121
4.1. Il modeling e il self modeling	»	121
Esercizio di self-modeling	»	121
Esercizio di modeling nel business coaching	»	122
4.2. Le strategie	»	123

Esercizio di analisi di una strategia	Pag.	123
4.3. Il linguaggio come fattore di cambiamento	»	123
Esercizio sulla trasformazione del linguaggio	»	123
5. Superare gli ostacoli	»	124
5.1. Proiettarsi nel tempo	»	124
Esercizio sull'uso della time line	»	124
5.2. E se non fosse proprio così? Ristrutturare significati e contesti	»	126
Esercizio di ristrutturazione	»	126
Esercizio di ristrutturazione in business coaching	»	126
5.3. Facciamo finta che...	»	127
Esercizio sulla tecnica dell'“As if”	»	127
5.4. L'importanza delle convinzioni	»	128
Esercizio su come modificare le convinzioni limitanti	»	128
6. Il controllo ecologico	»	130
6.1. I valori e le regole di soddisfazione	»	130
Esercizio di estrazione di valori e di criteri	»	130
Esercizio sul cambiamento dei criteri di soddisfazione.	»	131
6.2. Le incongruenze e i conflitti interiori	»	131
Esercizio sull'integrazione delle convinzioni contrastanti	»	131
6. Casi, esperienze, interviste	»	133
1. Un caso di business coaching: la Cham Paper Group – Cartiera di Carmignano di Brenta	»	133
2. Un caso di life coaching orientato al miglioramento della qualità complessiva della vita	»	137
3. Un caso di life coaching orientato alla soluzione di situazioni comportamentali	»	141
4. Un caso di corporate coaching: Sogno Numero 2	»	146
5. Dal coaching al team leader coaching: un'esperienza nella grande impresa	»	149
6. Un'esperienza di team leader coaching	»	152
8. Supporti mediatici al coaching: la comunicazione scritta e l'e-mail, a cura di <i>Luigi Bastianello</i>	»	156

7.1. Casi di life coaching supportati attraverso la comunicazione scritta	Pag.	159
8. Il coaching in ambito sportivo: prospettive professionali	»	164
9. Corporate coaching nella PMI: l'utilizzo dei livelli logici	»	167
Bibliografia	»	171

Introduzione

Questo manuale intende distinguersi per il **carattere pratico** e di immediata **applicabilità delle tecniche** proposte.

Il volume nasce dall'esperienza pluriennale di *coaching* e di *consulenza secondo logiche di coaching* capitalizzata da trainer e coach in diversi ambiti, accomunati da un particolare modello operativo proposto da **Potenziale Umano™**, realtà operante nel Nord Est sia nel campo del *personal coaching* che in quello del *coaching rivolto alle aziende*, in particolare alle Piccole Medie Imprese che costituiscono buona parte del tessuto imprenditoriale del Nord Est.

Il volume comprende una breve *panoramica generale sul coaching*, seguita da una parte dedicata agli *aspetti pratici ed organizzativi* del percorso di coaching.

In successione troviamo una parte dedicata agli *strumenti operativi del coach* articolati secondo le fasi di intervento proposte dal modello di Potenziale Umano: stato ottimale, definizione degli obiettivi, valutare la situazione, attivare le risorse, superare gli ostacoli, controllo ecologico.

La parte successiva comprende una serie di *esercizi di apprendimento e materiali di lavoro per il lettore*, finalizzati a sviluppare le tecniche di coaching proposte.

Conclude il volume una parte dedicata ad *esperienze e testimonianze su casi* di life, business e corporate coaching, non solo a livello di Grande Impresa ma anche di Piccola Media Impresa.

Il primo capitolo, **Il coaching**, offre una panoramica generale sulla realtà del coaching, sottolineando *differenze e similitudini* con altre figure professionali e distinguendo i vari *ambiti di applicazione*, qua-

li il self coaching, il life coaching, il business coaching, il corporate coaching e il team leader coaching.

Viene inoltre proposta una *mappa delle competenze* del coach, suddivise in competenze hard e competenze soft.

Nel secondo capitolo, **Dalle logiche di approccio al modello di Potenziale Umano**, vengono analizzate le logiche che hanno contribuito in modo preponderante all'evoluzione del coaching, quali *l'approccio sistemico, l'approccio della consulenza di processo, l'approccio GROW e la Programmazione Neurolinguistica*.

Viene inoltre presentato il modello proposto da Potenziale Umano, articolato nelle sue fasi di intervento.

Nel terzo capitolo, **Aspetti organizzativi e pratici per la gestione del coaching**, sono trattati tutti gli aspetti operativi fondamentali per il coach, dal *modo di presentare il percorso al cliente, al setting pratico dell'incontro, al contratto di coaching, alle dinamiche di rapporto con il cliente*. Il capitolo si conclude con i principali riferimenti utili per la *riservatezza professionale* e la gestione dei dati personali (legge Privacy).

Il quarto capitolo, **Gli strumenti operativi del coach di Potenziale Umano**, approfondisce tutte le fasi dell'intervento con gli strumenti più adeguati da poter utilizzare in ogni fase.

Il quinto capitolo, **Esercizi di coaching e materiali di lavoro secondo le fasi del modello**, comprende diversi *esercizi finalizzati all'apprendimento* dell'uso dei principali strumenti operativi, organizzati secondo le varie fasi e sottofasi presentate nel quarto capitolo.

Il sesto capitolo, **Casi aziendali ed interviste sui percorsi di coaching**, è una raccolta di testimonianze, casi aziendali ed interviste, che spaziano nei vari ambiti di applicazione del coaching (*life, business, corporate, team leader*) integrate da esperienze di *coaching supportato dalla comunicazione elettronica* (e-mail) e di *coaching in ambito sportivo*.

La caratteristica dei casi riportati è di non essere necessariamente legati a realtà multinazionali o della Grande Impresa, ma di presentare anche scenari della *Piccola Impresa* e persino di *Organizzazioni No-Profit*.

Tale scelta è stata motivata dalla volontà di portare in evidenza come il *coaching non sia necessariamente peculiarità di imprese*

multinazionali o riservato solamente al top management, ma come anche nella Piccola e Media Impresa e persino in realtà non finalizzate al profitto possa essere possibile introdurre una logica organizzativa di sviluppo personale attraverso gli interventi di coaching.

Questa vuole essere la scelta di Potenziale Umano, sviluppata anche attraverso i *percorsi formativi e master in ambito coaching* proposti da questa realtà.

Massimo Tommasi

1. Il coaching

1. Cos'è il coaching?

Sebbene in Italia sia da alcuni anni che si parli di coaching e di coach e sebbene negli Stati Uniti sia diffuso ormai da vent'anni, spesso il termine viene frainteso o sovrapposto a termini analoghi, rischiando di creare confusione e spiacevoli sovrapposizioni di ruoli e funzioni professionali diverse.

Riportando alcuni estratti dalla definizione della Federazione Italiana Coaching, possiamo osservare che:

Il coaching professionale è un rapporto di **partnership** che si stabilisce tra coach e cliente con lo scopo di aiutare quest'ultimo ad **ottenere risultati ottimali in ambito sia lavorativo che personale**. Grazie all'attività svolta dal coach, i clienti sono in grado di apprendere ed elaborare le tecniche e le strategie di azione che permetteranno loro di **migliorare** sia le **performance** che la **qualità della propria vita**.

Durante ciascun incontro è il cliente stesso a scegliere l'argomento della conversazione, mentre il coach lo ascolta ponendo osservazioni e domande. Questa **interazione** contribuisce a creare maggiore chiarezza induce il cliente a diventare **proattivo**. L'attività di coaching accelera la crescita dell'individuo in quanto grazie ad essa ognuno giunge a **focalizzare in maniera più efficace e consapevole gli obiettivi da raggiungere** e le conseguenti scelte da porre in atto.

Nel coaching si osserva “dove si trova il cliente **oggi**”, quale sia cioè la situazione attuale di partenza, e si definisce, in comune accordo, ciò che egli è disposto a fare per raggiungere la meta in cui vorrebbe trovarsi **domani**.

Il coaching non è necessariamente strumento di intervento rivolto solo a manager o imprenditori, ma si **rivolge a chiunque voglia migliorare la propria performance in vari ambiti**, ampliare o **chiarire la propria visione di vita, risolvere conflitti interpersonali, orientare scelte lavorative o aumentare la propria motivazione**.

Certo, viene spesso utilizzato in ambito aziendale da imprenditori o manager, sia per gestire problematiche interne che per sviluppare le capacità dei propri collaboratori, principalmente per valorizzare il potenziale delle risorse umane, per migliorare le interazioni con colleghi, per orientare in modo più efficace i propri comportamenti o per risolvere problemi specifici.

Il coaching è uno strumento efficace e qualificato, che aiuta le persone a diventare **consapevoli delle proprie potenzialità**, scoprendo le strategie più adeguate per raggiungere i propri obiettivi.

Il coach è un **facilitatore di percorso**, che sa identificare i bisogni e aiuta a fare il bilancio della propria vita professionale per individuare il prezioso bagaglio di competenze personali da mettere a frutto.

Il coach fornisce a chiunque voglia sviluppare le proprie potenzialità, gli *strumenti* e il *metodo* più adeguato per sviluppare una carriera o definire un progetto personale e professionale, trovando le motivazioni per procedere.

Questi lavora sulle **resistenze al cambiamento**, sviluppa l'auto-stima e infonde il coraggio di cambiare con equilibrio il corso della propria vita, per realizzare le più autentiche potenzialità.

Possiamo definire il coaching come la *relazione in cui un consulente (coach) supporta, stimola e accompagna il cliente a:*

- risolvere problemi legati alla performance ed all'ambiente lavorativo in genere;
- esprimere le proprie migliori potenzialità;
- produrre i risultati desiderati nel modo desiderato e comunque in sintonia con il sistema in cui agisce;
- definire obiettivi motivanti;
- identificare e acquisire competenze trasversali necessarie al raggiungimento degli obiettivi.

Il coaching si esplica attraverso una serie di *incontri individuali (o di gruppo nel corporate coaching)* in cui il coach, grazie all'utilizzo di domande puntuali e di osservazioni su ciò che sta accadendo, guida il cliente ad esplorare le situazioni che sta vivendo e gli fornisce nuovi punti di vista e di analisi

Ha il compito di **stimolare il cliente nell'individuazione di nuove soluzioni alle proprie problematiche e di monitorarne l'effettiva realizzazione.**

Il coaching infatti è un processo di crescita **fortemente orientato all'azione.**

Una sessione di coaching si conclude, solitamente, con un *impegno che il cliente prende con se stesso* (detto anche piano d'azione personale).

Il coach non è un terapeuta ma un vero e proprio partner di crescita personale e professionale; non analizza il passato del cliente, ma studia il suo percorso personale per guidarlo verso un futuro di eccellenza.

Il **rapporto esclusivo e di piena fiducia** che si stabilisce fra il coach ed il cliente garantisce l'efficacia e la specificità del processo, nonché l'assoluta riservatezza dei contenuti.

2. Similitudini e differenze con altre figure professionali

È utile chiarire fin dall'inizio del manuale quali sono le differenze con le altre figure professionali, onde offrire un profilo chiaro e ben definito del coach e delle sue competenze professionali.

Lo psicoterapeuta

La psicoterapia punta prevalentemente ad esplorare il passato del cliente (fino a pochi anni or sono definito paziente), ad analizzare cause più o meno remote, a ristrutturare a diversi livelli la personalità intesa come identità. Tali aspetti sono lasciati in secondo piano dal coaching.

Mentre la psicoterapia lavora molto sul **perché di tipo causale**, il coaching lavora molto sul **perché di tipo finale** (a quale scopo) e sul "come" arrivare alla meta fissata.

Poiché il ruolo del **coachee** è un ruolo attivo, in interazione continua con il coach, egli non deve lavorare in “stati alterati di coscienza” o essere un puro spettatore, bensì **un attore responsabile al 50% della riuscita del proprio cambiamento**.

Il **focus del percorso di coaching**, pur valutando il passato come punto di partenza, è centrato sul **qui ed ora**.

Anche la *struttura degli incontri e la distanza tra un incontro e l'altro* sono diverse rispetto alla psicoterapia. Non dovendo necessariamente il coachee lavorare sugli aspetti più profondi del sé, le sedute possono essere anche molto ravvicinate.

La formazione del coach è diversa da quella dello psicoterapeuta, non dovendo necessariamente trattarsi di uno psicologo specializzato in psicoterapia, ma piuttosto di *un consulente con conoscenze sia organizzative che relazionali*, sia sui *processi di cambiamento nell'adulto che sulle tecniche di comunicazione efficace*.

Nel paragrafi sulle competenze del coach, approfondiremo il percorso formativo consigliato e le abilità da sviluppare.

Il consulente

Il consulente solitamente si pone come *esperto di contenuto*, atto a risolvere problemi attraverso strategie per lo più testate in precedenti esperienze.

Questi, oltre a dover necessariamente avere un bagaglio di esperienza sulla problematica oggetto della consulenza, lavora sul “**cosa**” ossia sulla soluzione e spesso si può sostituire al cliente nell'operatività.

Il **coach, al contrario lavora sul “come”**, aiuta cioè il proprio cliente a comprendere meglio la problematica, a valutare possibili alternative, a cercare risorse interne o esterne, a valutare i risultati raggiunti. Il coach *non si sostituisce assolutamente al cliente*, ma lo affianca e lo supporta nel trovare una soluzione con le proprie forze.

Il mentore

Il mentore, spesso definito anche “tutor”, è solitamente una figura aziendale che facilita l'ingresso dei nuovi assunti o supporta nel definire percorsi di carriera. Lavora perlopiù sul potenziale, identifi-

cando risorse interne all'azienda o neolaureati da far crescere nell'organizzazione.

Nel coaching aziendale invece, sono gli stessi manager o imprenditori che chiedono l'intervento del coach, finalizzandolo al miglioramento delle proprie performance.

Il counselor

Gli interventi di counseling sono solitamente più lunghi e partono da una *difficoltà o un disagio* riscontrati, mentre **al coach si può rivolgere chiunque desideri migliorare aspetti della propria vita, indipendentemente da situazioni critiche o negative.**

La relazione con il counselor è spesso una relazione di tipo intermedio tra quella amicale e quella medico-psicoterapeutica, mentre quella tra **coach e coachee è una relazione paritaria**, dove un professionista offre un servizio ad un cliente.

Il formatore

Il formatore o "trainer" è un esperto in uno specifico ambito, che instaura una relazione di tipo *docente-discente*, tesa a **far apprendere** conoscenze, abilità e comportamenti da lui posseduti e da trasmettere al discente.

Il coach, invece, non si pone come docente, ma come *facilitatore*, come "specchio" del coachee, senza la pretesa d'insegnare contenuti o di dare lezioni di vita a nessun livello.

L'insegnante

Simile per molti aspetti al formatore, rappresenta la fonte del sapere al quale il discente può attingere. **Il ruolo dell'insegnante è quello di dare risposte a ciò che l'allievo non sa, mentre il ruolo del coach è spesso quello di fare domande approfondite al coachee**, per aiutarlo a definire meglio ciò che sa in modo confuso o che non ha valutato approfonditamente.

Pur nelle differenze di finalità, nel tipo di relazione e negli strumenti operativi, ci sono **alcuni aspetti che accomunano il coach alle figure professionali sinora analizzate** e possono essere sintetizzati nei seguenti punti:

- *capacità di ascolto e di osservazione;*
- *capacità di comprensione sistemica (la persona nel suo sistema di vita);*
- *flessibilità nell'utilizzo degli strumenti;*
- *professionalità ed etica.*

3. La diffusione del coaching

Non è sempre facile riuscire a rilevare dati attendibili riguardo al numero di coaches oggi esistenti, anche perché spesso sotto l'etichetta coach vengono indebitamente raggruppati anche consulenti o trainer di diverse estrazioni culturali.

Nel 2002, la *Harvard Business Review* dichiarava che c'erano oltre 10.000 coaches attivi in tutto il mondo e il numero sarebbe stato destinato a salire.

Oggi, solamente negli Stati Uniti, i coach sono già oltre 16.000.

Mentre, già dalla seconda metà del secolo, negli Stati Uniti il coaching cominciò a diffondersi, inizialmente nel settore sportivo e successivamente nel settore della consulenza aziendale, è solo **negli anni '90 che è arrivato in Europa.**

È da circa dieci anni che ne sentiamo parlare frequentemente, anche se persiste una forte *confusione terminologica* e una situazione piuttosto frammentata a livello di federazioni e enti di rappresentanza.

Le principali federazioni presenti in Italia sono l'**IAC** (International Association of Coaches) la **FIC** (Federazione Italiana Coach) l'**Assocoaching** e l'**AIC** (Associazione Italiana Coach).

Le scuole di coaching seguono per la maggior parte l'indirizzo della **PNL** (Programmazione Neuro Linguistica) o della **AT** (Analisi Transazionale), ma esistono anche scuole più eclettiche e scuole che si ispirano o sono network di strutture statunitensi e britanniche.

Rispetto alla Gran Bretagna e alla Francia, il numero di coach in Italia è notevolmente inferiore: basti pensare che per i circa mille coach francesi, sono registrati circa 100-150 coach italiani.

Le aziende che fanno maggior ricorso al coaching sono soprattutto multinazionali o grandi imprese, anche se *si sta aprendo un forte*

mercato rivolto alle piccole e medie imprese che costituiscono il 95% del tessuto economico italiano.

Certamente il *modo di presentare il coaching nella piccola e media impresa deve essere profondamente diverso* dall'approccio possibile con una multinazionale.

Il coach nella piccola e media impresa diviene una **figura di prossimità**, di riferimento: qualcuno con cui *potersi confrontare* o da cui avere alcuni chiarimenti, soprattutto quando le dinamiche aziendali si mescolano con le dinamiche relazionali tipiche delle aziende familiari.

Non è raro che il coach nell'impresa familiare svolga un'attività di **mediazione e di integrazione** delle differenti visioni aziendali presenti nei soci, assumendo quasi una *funzione da team leader verso i soci* dell'azienda stessa.

Un ulteriore segno di apertura nella direzione delle piccole e medie imprese è rappresentato dal fatto che diverse associazioni di categoria del mondo industriale comincino a finanziare attraverso i contributi pubblici non solo le azioni di formazione ma anche quelle di coaching.

4. Gli ambiti di applicazione del coaching

4.1. Il self coaching

Cosa si intende per self coaching? È un termine generalmente poco usato, che significa “coach di se stesso”.

Per essere un abile coach, è infatti necessario prima di tutto **partire da se stessi**, onde evitare quella incongruenza tra il dire e il fare, che ha come risultato quasi sempre una maggior evidenza su ciò che viene realmente fatto piuttosto che su ciò che “viene detto di fare”.

Come è possibile aiutare una persona a sviluppare le proprie performance, ad ottenere equilibrio dinamico nella propria vita, a saper definire i propri obiettivi e a perseguire le proprie mete se noi stessi ci dimostriamo in balia degli eventi, se cambiamo meta ad ogni piè sospinto o ad ogni mutamento di vento?

Non voglio certamente descrivere il coach come un asceta o un mistico, ma ritengo che la **ricerca di un senso e di una mission per-**