



Potansiyelinizi yönetici koçuyla keşfedin

■ Dünyada birçok üst düzey yönetici, gizli kalmış yeteneklerini koçluk hizmetiyle ortaya çıkarıyor. İstanbul'da yaşayan yönetici koçu Giuseppe Totino, koçluğun dünyanın en hızlı gelişen üç mesleğinden biri olduğunu ve Fortune 500'deki şirketlerin yüzde 60'ının CEO'sunun bu hizmetten faydalandığını söylüyor.

1 0-15 sene önce iş dünyasındaki insanlara 'koç' nedir diye sorsak, büyük kısmı 'kurban bayramında kestiğimiz hayvan', bir kısmı da 'basketbol antrenörü' derdi sanırım. Son yıllarda 'yaşam koçluğu' ve 'yönetici koçluğu'yla birlikte üçüncü bir 'koç' daha hayatımıza girmiş oldu. Biz acaba koçlar ne iş yapıyor diye merak ettiğimizde öğrendik ki, 'Fortune 500'deki şirketlerin CEO'larının yüzde 60'ı yönetici koçluğu hizmeti almıştı.

Koçluk ilginç bir meslek; ne psikiyatristliğe benziyor ne de danışmanlığa. Belki ikisinden de bazı özellikler taşıyor ama verilen hizmet hayli farklı. Koçlar, benim anladığım kadarıyla, içimizdeki potansiyelin daha verimli ortaya çıkması için bizi kışkırtıyorlar. Dinliyor, soru soruyor ve bizi anladıktan sonra yeteneklerimizi üst noktaya çıkartmamıza yardım ediyorlar. Bunu nasıl mı yapıyorlar? Telefonla! Duyunca ben de çok şaşırımdım.

Koçluk mesleğiyle ilgili bilgi almak için ülkemizde yaşayan yönetici koçu Giuseppe Totino'ya gittik. Totino birkaç yıldır ülkemizde yaşıyor. Bir Türk antropologla evlenip Türkiye'ye yerleşmiş. İş hayatını uzun yıllar İtalya ve İngiltere'de sürdürmüş. Arayışlarının neticesinde 'koçluğun harika dünyasıyla' karşılaştığını ve bu meslekte karar kıldığını söylüyor. Gerisini ondan dinleyelim...

Kendinizden bahseder misiniz biraz? Koçluk mesleğine ilginiz nasıl başladı?

36 yaşındayım ve üniversitede işletme ve finans okudum. İlk masturımı pazarlama, ikincisini uluslararası hukuk üzerine yaptım. Dünyanın sayılı şirketlerine danışmanlık hizmeti veren bir şirketle çalıştım. Daha sonra hayallerimi gerçekleştirmek üzere 2006'da Floransa'da kendi şirketimi kurdum. Bu arada tam olarak ne yapmayı amaçladığımı düşünmeye başladım. 14 sene Londra'da yaşamıştık ve çocuğumuzun olması aslında kararımdaya etkili oldu. Daha sonra bu harika koçluk dünyasını keşfettim.

Ben bu meslekteki en büyük kuruluşlardan biri olan Uluslararası Koçluk Federasyonu (ICF) üyesiyim. Federasyonumuz 90 ülkede örgütlü ve 16 bin üyesi var. Türkiye'de de çok yetenekli 200 üyemiz var. Çok güçlü etik kurallarımız var, çünkü müşterilerimiz için gizliliğin ve güvenin ne kadar önemli olduğunu biliyoruz.

ICF koçların akredite olmasına büyük önem veriyor ve müşterilerin koçlukta akreditasyona da dikkat etmelerini tavsiye ediyor. Akredite koçlar, danışman koçlar tarafından özel bir eğitimden geçiyorlar. Microsoft, Coca Cola, IBM gibi büyük şirketler mutlaka akredite koçlar ararlar.

Peki işin özüne gelelim, neden bir yönetici koçuna ihtiyaç duyulur?

Koçluğun ICF'ye göre tanımı kısaca, müşterilerin kişisel ve mesleki potansiyellerini onları bir anlamda kışkırtarak ortaya çıkarmaktır. Müşterinin potansiyelini görür ve bu potansiyeli kendilerinin de görmesi için çabalarız. Yaklaşımımız, müşterimizin kendini ve dünyayı görme biçimini değiştirmek, amaçları doğrultusunda daha ileriye gidebilmeleri için yardım etmektir. Müşterilerimizin hepisi başarılı ve yetenekli insanlar. Çok iyi geçmişleri var, kurumların üst yönetim kademelerinde bulunuyorlar. Ve bu insanlar iş hayatında belli zorluklarla karşı karşıya kalıyorlar. Yeteneklerini geliştirmek istiyor ve bir koçtan bu zorlukların üstesinden gelebilmek için yardım alıyorlar.

'UZMAN OLAN MÜŞTERİ, BİZ DEĞİLİZ'

Koçluk, örneğin, danışmanlıktan farklıdır. Danışmanlıkta, uzman olan danışmandır. Uzmana gidersiniz ve benim karşımda bulunan zorluklar şunlar ve bana yardım et dersiniz. Danışman da size ne yapmanız gerektiğini söyler. Koçlukta ise tam tersidir. Biz, uzman olanın müşteri olduğunu düşünürüz. Bizim yaklaşımımız problem çözmek değil, daha çok çözüm bulmaya yönelik. Yani onların

kendi çözümlerini bulmasına yardım ederiz. Çünkü bize göre müşteri yaratıcı, yetenekli ve bir bütündür. Müşterimiz zaten biliyordur, yeteneği vardır. Hepimiz kendine güvenen insanlar olarak doğarız. Biz bu doğal yetenekleri geliştiririz.

İlk olarak müşterinin geliştirmek istediği yönü için neyin işe yarayacağına bakarız. Daha sonra neyin daha iyi olabileceğini, o yöne doğru nasıl ilerleyebileceğimizi ve son olarak amaca ulaşmak için hangi adımları atmamız gerektiğini araştırırız. Müşterileri standardize etmek gibi bir yaklaşım yoktur. Her müşteri benzersizdir. Bazıları geleceği yaratmak, bazıları dizayn etmek diyebilir. Başarmak istediğimiz şeye odaklanırsınız. Ekibiniz ya da kendinizin nereye ulaşmak istediği fikrine sahip olmanız önemlidir. Yaptığımız şey, kurallar koymak yerine insanların içindeki gücü ateşlemek. Bu kurumların performansları için önemli bir açıdır.

Ne kadar sürer peki koçluk hizmeti?

Koçluk programı üç ay ya da daha uzun sürebilir. Haftada bir saat olarak uygulanabilir. Ama biz baskı yapmayız, programımız müşteriye göre ayarlanır, esnekler. Koçlar kendilerini müşterinin partneri olarak görür ve çalışmanın uyum içinde geçmesi gerekir. Müşteri istemezse koçluk da sürmez. Başarmak istediğini başarabileceğine inanmıyorsa koçluğun sürmesi için baskı yapmayız.

GİZLİLİK ESAS

Müşterinin koçluk hizmeti almasını şirketi sağlıyorsa, ilişki üçümüz arasındadır. Müşteri, şirket ve koç. Ama müşterinin açıkça konuşabilmesi gerektiğinden koç ve müşteri arasında gizlilik anlaşması vardır. Müşteri bana izin vermediği müddetçe hiçbir şeyi açıklayamam. Şirkete tabii ki koçluk programıyla ilgili, müşterinin gelişim gösterip göstermediğiyle ilgili bilgi verebilirim. Ama müşterinin anlattıkları tamamen gizlidir. Genelde şirketler yöneticilerine koçluk hizmeti aldırırlar. Ama eğer değer görüyorlarsa kişiler kendi bütçelerinden de hizmeti karşılayabiliyorlar. Koç ve koçtan yardım alan kişi arasında kimyasal uyum olmak zorundadır. Birbirimizden hoşlanmak zorundayız. Önce şirketle anlaşmayı yaparız, neler yapabileceğimizi konuşuruz. Sonrasında yöneticiyle birlikte çalışıp çalışamayacağımızı görmemiz gerekir. Amacımıza ulaşabilmemiz için birbirimiz hakkında iyi şeyler hissetmemiz lazım.

Kimler alıyor daha çok koçluk hizmetini?

Koçluk, dünyanın en hızlı büyüyen üç mesleğinden biri. Fortune 500'deki şirketlerin yüzde 25 ile 40'ı, yöneticileri için koçluk hizmeti alıyor. Yine Fortune 500'deki CEO'ların yüzde 60'ının kendi kişisel koçları olduğu tahmin ediliyor. www.gtcoaching.net gt@gtcoaching.net



birant yıldız
birant@sigortacigazetesi.com.tr

SÖYLENMEYENİ DE DUYMAK

Müşterilerinizle nasıl görüşüyorsunuz? Mesela bir psikiyatra giderseniz, yatağa yatıp anlatmaya başlarsınız...

Koçluk hizmetinin nasıl verildiğini duyduğunuz zaman muhtemelen şaşıracaksınız. Koçluğun yüzde 80'i telefonla verilir. Dünyanın her tarafından koçlar görüşmelerini telefonla yapar. Belki ilk görüşmeleri yüz yüze yapıyoruz ama sonrasında müşterimi telefonla konuşmaya davet ediyorum. Ve bu müşterimiz için çok faydalı. Müşteri önce şaşırıp bu mümkün değil, nasıl işe yarayacak diyebilir. Ama böylelikle konuşmaya, kelimelere odaklanıyorsunuz. Koçluk bir nevi söyleşidir. İki önemli özelliği dinleme ve soru sormaktır. Dinleme ama aktif dinleme. Söylenmeyi duymak için de dinleriz. Soru sorarken ise müşterimizin söyle-

diklerinin daha da derinine inebilmesine yardım ederiz, dediklerinden daha fazlasını araştırma imkanı verecek güçlü sorular sorarız. Görüşmelerimizi telefonla yapmamızın bir başka sebebi de müşterilerimizin çok meşgul insanlar olması. Her zaman her yerde olabilirler. O yüzden müşterimiz nerede olursa olsun koçluk yapabiliyoruz. Yani bir koç, müşterisini nereye giderse takip edebilir ve destek verebilir. Hizmetin nasıl ilerleyeceğine de müşteri karar verir. Eğer devam etmek istemezse bırakırız. Müşteri konuşulacak konuyu belirler. Daha önce dediğim gibi müşteri uzmandır. Ve biz de hedefe doğru ilerleriz. Koçluk müşteriyle aramızda güven olmazsa yürümez. Güven ve gizliliğe çok önem veriyoruz. Bunun, başarmak açısından en iyi yol olduğunu söyleyebilirim.