

Coaching: como aproveitar essa poderosa técnica dentro da realidade das agências

Entenda como técnicas de coaching podem fazer a diferença na rotina de sua agência, no alinhamento de expectativas e no relacionamento com seus clientes

Quantas vezes, atendendo um *prospect* ou cliente, você teve a sensação de que ele não sabia exatamente o que queria? E, na ânsia de ajudá-lo (e também de fechar o negócio), quantas vezes você acabou direcionando-o naquele **caminho** que você acha melhor?

Se você conseguiu passar conhecimento e experiência no assunto, é bem possível que seu cliente ou *prospect* acabe aceitando o caminho indicado. Vendo sua destreza e domínio, ele acaba se contagiando com a proposta, ainda que sem entendê-la totalmente.

Mas e se algo der errado, a culpa é de quem? E se, no meio do caminho, tendo mais conhecimento, o cliente tiver ideias diferentes? Não concordar com o seu plano?

O ideal é que a pessoa saiba exatamente o que quer quando entra em contato com sua agência, que entenda exatamente **as fases do projeto, suas responsabilidades e os resultados esperados em cada etapa**.

Falar é fácil, mas como conseguimos isso?

Não tem muita mágica. Mas algumas técnicas de coaching podem ajudar nessa árdua tarefa.

O que é coaching?

Uma definição bem simples que eu gosto bastante é a do fundador do Instituto Brasileiro de Coaching (IBC), José Roberto Marques. De acordo com ele, “coaching é um processo de desenvolvimento pessoal ou profissional que visa **ajudar uma pessoa ou instituição a atingir seus objetivos e metas, despertando todas as suas capacidades**”.

Mesmo no Brasil, ninguém costuma traduzir essas expressões. Mas, para facilitar o entendimento, a palavra *coach* é usada para designar o treinador ou técnico, principalmente nos esportes. Já *coachee* poderia ser traduzido como “pessoa que está sendo treinada”, ou seja, o próprio jogador que vai entrar em campo.

O processo é conduzido sempre em busca de um grande objetivo, mais conhecido no mundo do coaching como o “**estado desejado**”. Esse objetivo pode ser em várias esferas da sua vida: pessoal, profissional, financeira etc. Existem profissionais de coaching especializados nas mais diversas áreas, nos mais diferentes nichos. Vamos falar disso mais adiante.



Como posso usar o coaching no meu dia a dia?

Existem várias técnicas para serem trabalhadas ao longo do processo de coaching. Vou apresentar aqui algumas delas que podem ajudar no seu dia a dia.

Rapport

Rapport é uma palavra de origem francesa que significa “relação”. Trazendo para o nosso contexto, é criar uma **relação de confiança**, deixando seu *prospect* ou cliente aberto e receptivo para trocar informações, ser desafiado e aceitar mudanças. Como conseguir isso?

Comece pelo ambiente. Procure fazer as conversas em um local que lhe permita ter total atenção, sem distrações. O ideal é que as conversas (pelo menos as primeiras) sejam feitas presencialmente. Se não for possível, procure adotar as videoconferências para que vocês possam se ver, pois o contato visual é fundamental para gerar uma boa conexão.

Iniciando a conversa, para criar um bom *rapport* é fundamental ouvir na **essência, prestar atenção em cada detalhe, mostrar que está realmente interessado em entender os problemas**, a forma de pensar do seu *prospect*.

Esteja totalmente focado na conversa (evite distrações, por isso a importância do ambiente), faça perguntas para se aprofundar nos detalhes. Suspenda qualquer tipo de julgamento (*está fazendo errado...*), respeite a história do seu *prospect*, valorize suas conquistas, crie um ambiente de confiança.

Empatia é fundamental para se ter uma comunicação clara, e quando falamos de escuta ativa, suspensão de julgamento, demonstrar interesse, estamos falando de ter empatia. Confira outras dicas interessantes de como ter mais empatia obtidas no livro **Como fazer amigos e influenciar pessoas**, de Dale Carnegie.

Perguntas poderosas

O processo de coaching busca trazer mudanças positivas, **duradouras** e que ataquem a **causa raiz** dos problemas. Para que sejam duradouras, o *coachee* tem que entender muito bem o problema e as ações propostas para resolvê-los.

Por isso, é muito importante que o *coach* conduza o seu *coachee* de forma que ele **perceba os problemas por conta própria** e que proponha ações de como resolvê-los. Quando uma pessoa identifica um problema, sente-se dona dele. O comprometimento para resolvê-lo é muito maior, diferentemente de quando alguém aponta a questão.

Como fazer isso? Por meio de **perguntas poderosas**, que façam o *coachee* sair da zona de conforto, que estimulem ações e gerem opções.

Saiba mais sobre isso no post **SPIN Selling: a metodologia que vai ajudar você a ter sucesso na venda de serviços de Inbound Marketing**

Tenha em mente quais são as principais **objeções**/dificuldades. Estude muito sobre como **educar seu prospect**. Elabore perguntas que o façam refletir, sair da zona de conforto, ir além, desafiar-se.

Criar um ambiente de confiança, fazendo as perguntas certas, guiando seu *coachee* a entender os problemas e estabelecer as ações é meio caminho andado para o sucesso.

Ressignificação

“Meu coachee já tentou fazer o que eu estou tentando propor pra ele, mas teve uma experiência ruim, não quer mais fazer. O que eu faço?”

Ressignificação é uma técnica bem interessante que pode ajudar nessas situações. Consiste em você dar um novo significado a um fato que aconteceu. Essa técnica cabe muito bem em situações nas quais atribuímos uma falha a um acontecimento marcante. Em geral, essa ocorrência acaba virando uma crença limitante, que acompanha a pessoa, bloqueando a mente para outras situações como aquela.

Exemplo clássico para o contexto de agências: quando o *prospect* não quer mais investir em Marketing Digital pois já teve uma experiência ruim. Ele cria uma crença de que não funciona, pois tentou em um dado momento e não conseguiu.

O que um *coach* com conhecimento no assunto faria: buscar resignificar esse momento, fazendo seu *coachee* ver o acontecimento por um ângulo diferente, voltando um pouco no tempo, entrando no contexto da época. Novamente, o ideal é o *coachee* entender por conta própria os erros, encarando-os como um grande aprendizado. As **perguntas poderosas** são muito úteis e devem ser usadas sem restrição. Exemplos de perguntas úteis nesse caso:

- “O que você pode fazer para transformar essa vivência negativa em aprendizado?”
- “Como essa situação negativa contribuiu para a sua vida positivamente?”

Agora, é só usar

Desde que eu fiz treinamento de coaching (explico um pouco dessa experiência [aqui](#)), tenho utilizado algumas das técnicas em várias áreas da minha vida. Tenho certeza que elas podem ser muito úteis no seu dia a dia.

Crie um ambiente de confiança e transforme-o em um aliado. Tenha empatia por seu *prospect*, respeite as decisões do passado e ajude-o a chegar na raiz do problema por conta própria. Fazendo isso, desenhar as ações para o futuro vai se tornar um trabalho mais simples.