



المحور الثاني: المقدمة (2)

ما الذي يميز التدريب الرؤوي عن التدريب التقليدي؟



1. التركيز على الرؤية

- يركز الكوتش الرؤوي على الرؤية بدلاً من الأهداف فقط.
- تعمل هذه الرؤية كنجم مرشد، حيث توافق جميع الإجراءات مع التطلعات العميقة للعميل.
- وتضمن مساهمة الأهداف في تحقيق نتائج ذات معنى للرؤية.

مثال الفرق بين الرؤية والهدف

- يريد أحد العملاء أن يبدأ مشروعًا تجاريًا. قد يركز الكوتش التقليدي على الأهداف المباشرة مثل كتابة خطة عمل.



- يساعد الكوتش الرؤوي العميل على تصور رؤيته النهائية، مثل إنشاء عمل مستدام يفيد العميل بشكل إيجابي ويؤثر على البيئة والمجتمع.

لماذا الأفضل



قد يحقق الكوتشنتغ التقليدي نتائج، ولكن بدون رؤية واضحة، قد لا تتماشى هذه النتائج مع التطلعات الحقيقية للعميل، مما يؤدي إلى عدم الرضا المحتمل وعدم الإكتفاء.

2. أساليب الكوتشنغ الإبداعي

- يستخدم المدرب الرؤوي منهجيات مبتكرة ومبدعة، مثل نموذج VISION.

- يدمج هذا النموذج أبعادًا مختلفة للنمو الشخصي والمهني، ويتجاوز التقنيات التقليدية لتقديم تجربة الكوتشنغ أكثر جاذبية وشمولاً.

- تعمل المناهج الإبداعية على إشراك العملاء بشكل أعمق، والاستفادة من خيالهم وعواطفهم، مما يجعل عملية الكوتشنغ أكثر ديناميكية وفعالية.



لماذا الأفضل

- يمكن أن تكون الأساليب التقليدية جامدة وغير ملهمة.
- تجعل المناهج الإبداعية عملية الكوتشنغ أكثر متعة وتأثيرًا، مما يؤدي إلى مشاركة أكبر ونتائج أفضل.



3. وضع الأهداف الرؤوية



- بدلاً من مجرد تحديد أهداف ذكية، يساعد المدرب الرؤوي العملاء على وضع أهداف رؤوية أكبر وأكثر جرأة.

- تضمن الأهداف الرؤوية أن لا تتعلق الأهداف فقط بالمقاييس بل بإحداث تأثير أوسع يتماشى مع القيم والتطلعات الأعمق للعميل.

- وهذا النهج يلهم المزيد من التحفيز والالتزام، مما يؤدي إلى تقدم أكثر استدامة ومعنى.

مثال عن الهدف الرؤوي

• يقوم الكوتش الرؤوي بتوجيه العملاء لتحويل أهدافهم إلى تطلعات رؤوية.

• الهدف الذكي: زيادة المبيعات الشهرية بنسبة 15%.

• **الهدف الرؤوي:** "أن نصبح الشركة الرائدة في السوق، وتحويل حياة الناس من خلال حلول مبتكرة، وتحقيق زيادة بنسبة 15% في المبيعات الشهرية."



لماذا الأفضل

- قد تكون الأهداف الذكية SMART ضيقة للغاية وتركز فقط على النتائج القابلة للقياس الكمي.
- تشمل الأهداف الرؤيوية رؤية أوسع، معززة المشاركة والرضى الأعمق من خلال التواصل مع القيم الأساسية للعميل وتطلعاته البعيدة المدى.



4. التعمق في مستويات أعمق من التطلعات، القيم والشغف



- بينما يركز الكوتش التقليدي عادةً على المشاكل الحالية، يقدم الكوتش الرؤوي دعماً للعملاء لينظروا إلى مستقبل يتناسب مع تطلعاتهم ورغباتهم العميقة.
- يتحدث الكوتش الرؤوي عن تطلعات العميل الأساسية، وقيمه، وشغفه.
- هذا الاستكشاف العميق يساعد العملاء على فهم ما يحفزهم حقًا وكيف يمكنهم مطابقة أفعالهم مع تطلعاتهم الأعمق.



• مشكلة العميل:

يشعر العميل بعدم الرضا في وظيفته في الشركة. قد يساعده الكوتش التقليدي على تحسين التوازن بين العمل والحياة أو الحصول على ترقية.

• الحل الرؤوي المبتكر:

في المقابل، فإن الكوتش الرؤوي يتعمق في القيم الأساسية للعميل وشغفه، ويكتشف أن العميل لديه رغبة عميقة في العمل في القطاع الغير الربحي الذي يركز على الحفاظ على البيئة.

• التحول الإيجابي:

يساعد المدرب العميل على الانتقال إلى مهنة تتوافق مع هذا الشغف مما يؤدي إلى قدر أكبر من الإكتفاء والغاية.



لماذا الأفضل

قد لا يستكشف الكوتش التقليدي هذه المستويات الأعمق، مما يؤدي إلى أهداف تفتقر إلى الأهمية الشخصية وقد لا تؤدي إلى الرضا على المدى البعيد.



5. النهج الشامل

• يلقي الكوتش الرؤوي نظرة شاملة على حياة العميل، ويتفحصون ما إذا كانت المشاكل في المجالات الأخرى مترابطة مع التحدي الحالي.

• هم يدركون أنه في بعض الأحيان يكون من الضروري معالجة قضايا في مجالات أخرى قبل المشكلة الحالية أو بالتزامن معها.





ويضمن هذا النهج أن تؤثر التحسينات في مجال واحد بشكل إيجابي على نظام الحياة بأكمله، مما يؤدي إلى نمو أكثر توازناً وتكاملاً.

يأخذ الكوتش الرؤوي بعين الاعتبار جميع الجوانب مثل الحياة المهنية والنمو الشخصي والعلاقات والرفاهية.

إذا دعت الحاجة إلى معالجة مشكلة في مجال آخر، يساعد الكوتش الرؤوي إذا كان ذلك ضمن خبرته. وإلا فإنه يوصي العميل باستشارة كوتش متخصص آخر.

مثال 1:



- يعاني العميل من الركود الوظيفي. وبعد استكشاف أعمق، يلاحظ الكوتش الرؤوي أن ضغوط العلاقة في حياة العميل تؤثر على أداء عمله.
- يعمل الكوتش مع العميل على إدارة التوتر ومهارات التواصل في العلاقات، مما يؤدي بدوره إلى تحسين التركيز المهني والإنتاجية.

مثال 2:

• مشكلة العميل:

يعاني العميل من القلق والأرق، مما يؤثر على صحته بشكل عام.

• الحل الرؤوي المبتكر:

يكتشف الكوتش الرؤوي أن السبب الجذري هو الضغط المالي، وهو مجال خارج نطاق خبرته.

• التحول الإيجابي:

يوصي المدرب العميل باستشارة مستشار مالي متخصص في التدريب على التمويل الشخصي لمعالجة مخاوفه المالية، مما يسمح للعميل بإدارة قلقه وتحسين أنماط نومه بشكل فعال.





• مشكلة العميل:

يريد العميل تحسين مهاراته القيادية للتقدم في حياته المهنية. أثناء العمل مع الكوتش الرؤوي في مجال تنمية المهارات القيادية، يصبح من الواضح أن الصحة البدنية للعميل تؤثر على طاقته وأدائه.

• الحل الرؤوي المبتكر:

يقترح الكوتش الرؤوي، المتخصص في القيادة ولكن ليس في الصحة البدنية، أن يعمل العميل مع أخصائي التغذية ومدرب اللياقة البدنية لمعالجة مشاكله الصحية.

• التحول الإيجابي:

يساعد هذا التعاون العميل على تحسين مستويات الطاقة الإجمالية لديه، مما يؤثر بشكل إيجابي على أدائه القيادي.

لماذا الأفضل

يمكن أن يركز التدريب التقليدي بشكل كبير على مجالات محددة، ويتجاهل الترابط بين جوانب الحياة المختلفة، مما قد يؤدي إلى اختلال التوازن وإلى مجالات حياة مهمة.



6. إعداد العملاء لمواجهة التحديات المستقبلية

عقلية CRC الخاصة بـ YouVision:

- نهج ثوري للنمو الشخصي الذي يدور حول الإبداع، الصمود والنمو المستمر
Creativity, Resilience and Continuous Growth.



عقلية CRC

• من معالجة المشاكل الحالية، يقوم الكوتش الرؤوي بتزويد العملاء بعقلية CRC.

• تعمل هذه العقلية على إعداد العملاء للتعامل بإبداع وصمود مع التحديات المستقبلية، وتعزيز الاعتماد على الذات والقدرة على التكيف على المدى البعيد.



مثال :

يتعلم العميل كيفية التعامل مع
النكسات بإبداع وصمود، محافظا على
الثقة في طريقه، ومتطلعا إلى التحديات
كفرص للنمو.



لماذا الأفضل



قد لا يزود الكوتش التقليدي العملاء بالأدوات اللازمة للتعامل مع التحديات المستقبلية، مما يؤدي إلى انتكاسات محتملة وقلّة الصمود على المدى البعيد.

7. مخطط الكوتش الرؤوي



• عادةً ما يختبر الكوتش الرؤوي رحلاتهم التحويلية الخاصة. تمنحهم هذه التجربة الشخصية فهماً أعمق لمسار العميل، مما يعزز قدرتهم على توجيه الآخرين من خلال التغييرات والنمو الكبير.

• توفر الخبرة الشخصية تعاطفًا ومصداقية أعمق، مما يعزز قدرة الكوتش على توجيه العملاء خلال التغييرات والنمو الكبير.

مثال :

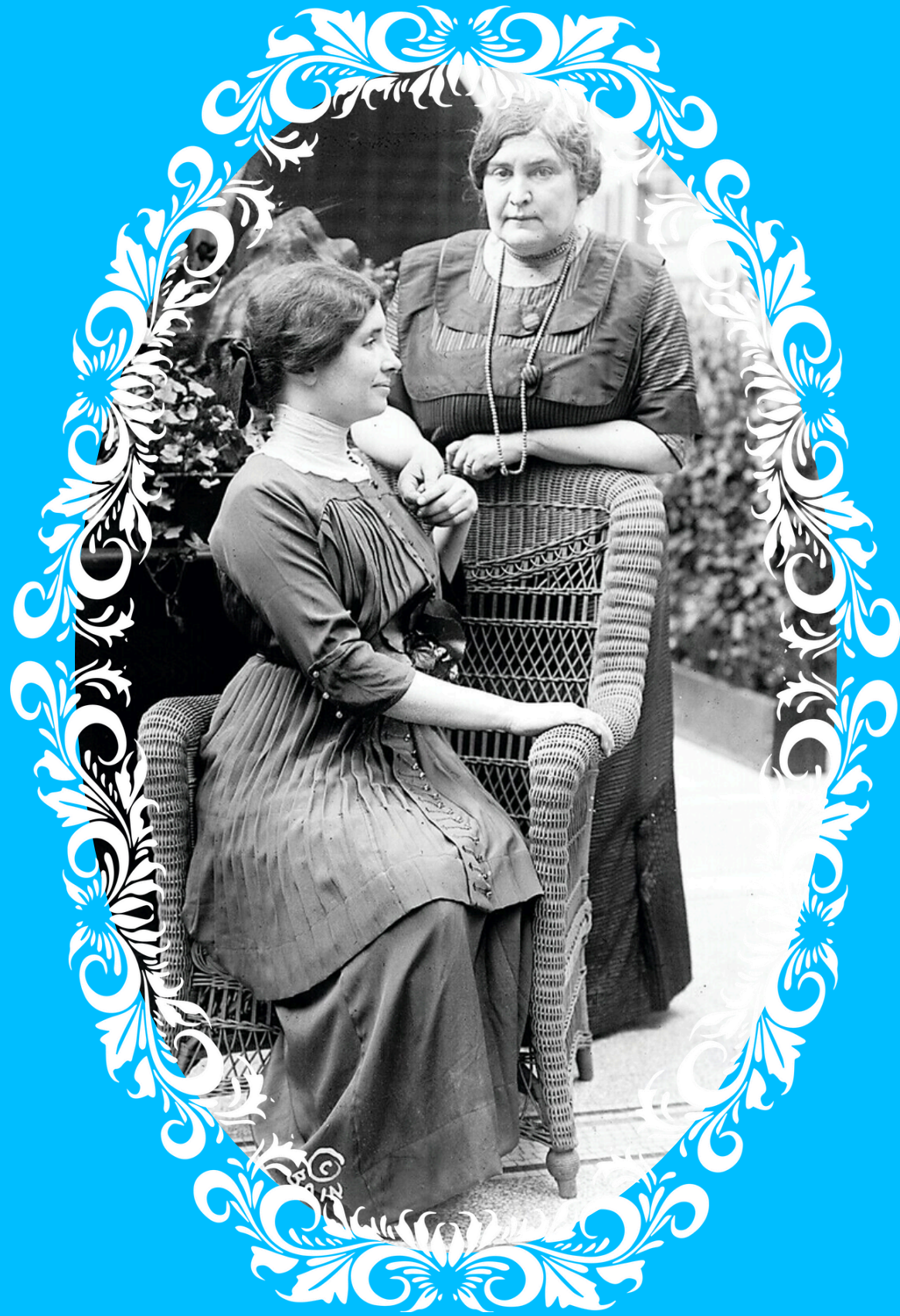


قد يشارك الكوتش الرؤوي رحلته الخاصة في التغلب على التحديات وتحقيق التحول، موفراً الإلهام والمثال المناسب للعميل.

لماذا الأفضل



قد يفتقر الكوتش الذي لم يختبر التحول بنفسه إلى عمق الفهم اللازم لتوجيه العملاء من خلال عمليات مماثلة، مما يؤدي إلى تدريب أقل فعالية.



أنا لا أريد السلام الذي
يتخطى الفهم. أريد
الفهم الذي يجلب السلام.

هيلن كيلر

شكرا وإلى اللقاء في الأسبوع المقبل