Tartalom

Kérdésekről és halakról 7
A kérdezés mestersége 11
Fantáziával coacholni: Csoda-kérdés helyett csodatabletta 13
Megoldásra vágyva: A gondolatok kalandra hívó játszótere 18
Klienskép: Az anyag, amelyből a kérdések keletkeznek 22
Vigyázat, vékony jég: Öt tipp jobb kérdésekhez 26
Az 500 legjobb coaching-kérdés 45
A kérdések kombinációs játéka 47
Hipotetikus kérdések 50
Cirkuláris kérdés és rendszerre vonatkozó kérdések 117
Átkeretező kérdések 151
Erőforrás-kérdések 195
Célkérdések és megoldásra itányuló kérdések 245
Visszacsatoló kérdések 287
Elmélyítő, árnyaló és pontosító kérdések 308
Provokatív és paradox kérdések 324
Egyensúly-kérdések 340
Intuitív és érzelmekre ható kérdések 352
Gyakorlatba átvezető kérdések 367



Kérdésekről és halakról

Ami a hegedűsnek a hegedűje, az a coachnak a kérdezés: eszköz, amely nélkül nem tudja gyakorolni hivatását. Kliensünk válaszai és megoldásai csak annyira lehetnek jók, amennyire az előtte elhangzó kérdések. A kérdezésre ugyanaz vonatkozik, mint a hegedűjátékra: hangokat előcsalni a hangszerből bárki tud, de muzsikálni csak az igazi virtuózok. Akik varázslatosan ütik meg a megfelelő hangot, új ötleteket hívnak táncra a lélek parkettjén, és megkomponálják a változás magával ragadó dallamát. A professzionális kérdezéstechnika egy tapintatot, tapasztalatot és mesteri gyakorlatot igénylő művészet.

És hogy honnan veszi majd észre, hogy megfelelően kérdezett-e? A válaszokból! Inspirálja kliensét kérdéseivel, és ígérem: inspiráló válaszokat fog kapni! Lepje meg kliensét kérdéseivel, és ígérem: meglepő válaszokat fog kapni! De sose untassa kliensét kiszámítható kérdésekkel, mert akkor... igen, pontosan: unalmas és kiszámítható válaszokat fog kapni!

Ez a könyv mindazoknak a kincsesbányája lehet, akik még tökéletesebben szeretnének kérdezni. Nekik egyengetem itt az utat a rendkívül hatékony, megdöbbentően eredeti és olykor meglepően egyszerű kérdések felé. Valamennyinek egy a rendeltetése: fel kell venni kliensünket ott, ahol most tart, és oda kell őt juttatni, ahová meg szeretne érkezni – a saját személyes céljaihoz.

Módszertani magyarázatok segítenek eligazodni abban, hogy a 100 kiinduló és 400 követő kérdés milyen ötletekre épül, milyen nyelvi eszközökkel dolgozik, és hogyan lehet profi módon bevetni őket a gyakorlatban. Különösen fontos számomra a „Nehéz válasz" rubrika, mivel klienseink gyakran nem úgy viselkednek, mint ahogy azt tankönyveink alapján gondolnánk. Ezért mutatom be találó követő kérdések formájában, hogy hogyan kell bánni az ilyen (tulajdonképpen nem „nehéz", csak egyéni!) válaszokkal. 100 gyakorlat kínálkozik továbbá kérdezési érzékének finomítására és kérdezői tárházának feltöltésére.

Egy kínai közmondás szerint „Ha van egy barátod, ajándékozz neki halat. Ha viszont valóban szereted, akkor tanítsd meg halászni." A továbbiakban itt szereplő kérdések a halakhoz hasonlítanak. Sorra bemutatásra kerül, hogyan is néznek ki a tökéletes fogások. Végül azonban az olvasó maga is tisztán fogja látni, hogyan tud a legeredményesebben kérdéseket előhorgászni *a saját fejéből*. Sőt, ízlése annyira kifinomul majd, hogy nem éri már be egy adag megszokott kérdéssel.

© Epeko KÖNYVKIADÓ

Aki már evett friss halat, messziről elkerüli a konzerveket, hiába kínálják neki a legkülönbözőbb készételeket, teszem azt a szakkönyvekben. Hagyományos művekben hagyományos kérdéseket találunk. Ezek előbb-utóbb elcsépeltté válnak. Vegyük például a jól ismert csoda-kérdést: „Képzelje el, hogy egyik napról a másikra csoda történik és megoldódik a problémája. Min venné észre, hogy ...?" Coaching-tapasztalatokkal bíró ügyfeleink ilyenkor unatkoznak. Már éppen elégszer válaszoltak erre a kérdésre. A csoda – „Már megint?" – számukra egy ízetlen ismétlés csupán. Ahányszor *rutinosan* válaszol az ügyfél a hagyományos kérdésekre, ahányszor nem tudunk már új gondolatmenetet ébreszteni általuk, annyiszor rá kell ébrednünk, hogy lejárt ezeknek a kérdéseknek a szavatossága.

Ez most azt jelenti, hogy szabaduljunk meg a csoda-kérdéstől és más klasszikusoktól? Nem, ezek a kérdések remek gondolatokra vezethetőek vissza. Mit szólna hozzá, ha megtartanánk a hozzávalókat, csak új receptek alapján főznénk? Válasszon új metaforákat, fűszerezzen eredetiséggel, adjon az egészhez egy csipet személyességet, egészen addig, míg egy megszokott kérdés az *Ön* kérdésévé nem válik. Az új kérdések új, még érdekesebb válaszokhoz vezetnek. Hogy ez pontosan hogyan is zajlik, elolvashatja rögtön a könyv első részében, a csoda-kérdés példáján bemutatva.

Keresett kérdéstípusok – Áttekintés

Milyen kérdéstípusokkal foglalkozik ez a könyv? Íme egy rövid áttekintés, hogy jobban rá tudjon hangolódni az olvasmányra:

- **Hipotetikus kérdés**: egy (gyakran nagyon ötletes) feltevésből indul ki, ami a kliens előtt új gondolati távlatokat nyit meg. Például: „Tegyük fel, ön Barack Obama – hogyan kezdené beszédét?"

- **Cirkuláris kérdés**: arra irányul, hogy mit gondolnak a kliensünk környezetében élők róla és kapcsolataikról. Például: „Ha munkatársai a kávészünetben az ön vezetési stílusáról beszélgetnek – vajon mi mindent említenek?"

- **Rendszerre vonatkozó kérdés**: azt tárja fel, hogy egy adott közösségben milyen játékszabályok, illetőleg értékelő szempontok érvényesülnek. Például: „Mit kellene tennie ahhoz, hogy a főnökénél nagy piros pontokat szerezzen?"

- **Átkeretező kérdés:** segít a kliensnek bizonyos összefüggéseket új, általában meglepően pozitív fényben látni. Például: „Ha a gazdasági válságra, mint egy kitűnő tanárra tekintenénk, ön mit tanulhatna tőle a következő hónapok során?"

- **Erőforrás-kérdés:** azokra a személyes jó tulajdonságokra és kapcsolatokra irányítja a figyelmet, amelyek segítségére lehetnek kliensünknek egy kihívás leküzdésében. Például: „Képzelje azt, hogy tapasztalatai olyan asszisztensek, akik képesek önt jelenlegi helyzetében támogatni. Hány tagú ez a csapat? És melyiküknek tudja most a legnagyobb hasznát venni?"

- **Cél-kérdés:** segíti kliensünket célja pontosításában és annak minél részletesebb lebontásában. Például: „Ha az életéről készült filmet nézné, miből ismerné fel, hogy az céljának elérése előtt vagy után készült?"

- **Megoldásra irányuló kérdés:** olyan stratégiák után érdeklődik, amelyekkel a kliens korábban már megoldott hasonló problémát, vagy amelyek a jelenlegi helyzetből átmeneti kiutat jelenthetnek. Például: „Az imént a szerdát említette, mint az elmúlt hét legjobb napját. Milyen stratégiával érte el, hogy olyan magabiztosan állta akkor a sarat?"

- **Visszacsatoló kérdés:** visszajelzést ad a kliensnek, és korábbi gondolatainak felülvizsgálatára ösztönzi őt. Például: „Nem vagyok benne biztos, hogy a célját szolgálná, ha főnökét ezekkel a szavakkal bírálná. Ön szerint hogyan reagálna felettese?"

- **Elmélyítő kérdés:** arra bátorítja kliensünket, hogy mélyítse el gondolatait és új szempontokat fedezzen fel. Például: „Három pontot említett eddig. Mi jut még eszébe?"

- **Árnyaló kérdés:** segít a kliensnek saját helyzetét fekete-fehér megítélés helyett árnyaltabban látni. Például: „Hány százalékban tekint munkanélküli állapotára kockázatként – és hány százalékban érzi ezt egy lehetőségnek?"

- **Pontosító kérdés:** példák és tények felsorolásával az általános kijelentések pontosítására sarkallja kliensünket. Például: „Azt mondta, hogy főnöke örökké kritizálja önt. Pontosan mit ért kritizálás alatt? Milyen helyzetekben fordul ez elő? És konkrétan mikor kezdődött el?"

- **Provokatív kérdés:** ez a kérdés előcsalogatja kliensünket visszafogottságából és érzelmileg felrázza őt azzal, hogy óvatosan provokál. Például: „Azt említette, hogy főnöke nem ismer határokat. Ez mennyiben lehet annak a következménye, hogy ön semmilyet sem szab neki?"

- **Paradox kérdés:** a kívánatos helyett a nem kívánatos magatartásra kérdez rá, így juttatva kliensünket kerülő úton a megoldáshoz. Például: „Mit kellene tennie ahhoz, hogy üzleti partnerét garantáltan magára haragítsa?"

© Geniko KÖNYVKIADÓ

- **Egyensúly-kérdés:** azt a célt szolgálja, hogy a kliens saját változását valamennyi összefüggésében lássa, annak előnyeivel *és* hátrányaival együtt. Például: „Mik lennének előléptetésének legpozitívabb hatásai? És miben mutatkoznának meg a nemkívánatos mellékhatások?"

- **Intuitív kérdés:** megpróbálja feltárni a kliens megérzéseit, ezeket a tudatalattijában rejlő kincseket. Például: „Tegyük fel, hogy ebbe a döntésbe belső megérzései is beleszólhatnak. Milyen irányba vinnék önt?"

- **Érzelmekre ható kérdés:** mozgósítja a kliens érzelmeit és így magasabb érzelmi hőfokra fűti őt. Például: „Milyen érzés volt annyi év szorgalmas munka után mellőzötté válni és végignézni, ahogy kollégáját ültették a trónra?"

- **Gyakorlatba átvezető kérdés:** segít a kliensnek áthidalni a coaching és a mindennapok közötti távolságot. Például: „Milyen védőkorlátokat tudna beépíteni az életébe annak érdekében, hogy nehéz helyzetekben se térjen le a megkezdett új útról?"