

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

PRESENTACION TRABAJO FINAL COACHING GERENCIAL

PAULA ALEJANDRA LLANO JIMENEZ

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
ESPECIALIZACION EN GERENCIA COMERCIAL
PROGRAMA COACHING GERENCIAL BUCARAMANGA
BUCARAMANGA**

2015

TABLA DE CONTENIDO

Bibliografía	4
1 Situación actual laboral	5
2 MODULO I: Competencias básicas del Coach	5
2.1 Competencias del coach dentro de la situación	5
3 MODULO II: Coaching Organizacional.....	6
3.1 Objetivos principales	6
3.2 Aportes del proceso del coaching	6
3.3 Resultados que se desean encontrar.....	6
4 MODULO III: El poder de la conversacion/preguntas inteligentes y poderosas6	
4.1 Actores principales, preguntas y temas relevantes a trabajar	6-7
5 MODULO IV: Modelos mentales creencias y paradigmas	8
5.1 Principales creencias y paradigmas.....	8
5.1.1 Creencias limitantes.....	8
5.1.2 Creencias potencializadoras	8
5.2 Imágenes u holografías.....	8
5.2.1 Enriquecedoras	8
5.2.2 Se deben cambiar	8
6 MODULO V: Gerentes a Coaches	8
6.1 ¿Qué actitudes o competencias necesitan tener los líderes con personas a cargo vinculados en la situación laboral seleccionada?	8-9
6.2 ¿Cómo, por medio del <i>Coaching</i> , los líderes podrían mejorar las relaciones laborales y/o la cercanía con sus equipos para el éxito en esta situación?.....	9

6.3	¿Qué cambiaría en el estilo de conversación actual de los líderes con personas a cargo pensando en un modelo de conversación orientado al <i>Coaching</i> ?	9
7	MODULO VI: Coaching de equipos	10
7.1	Objetivos principales	10
7.2	Aportes del proceso del coaching	10
8	MODULO VII: Coaching comercial	10
8.1	¿Hay algún actor de la situación actual seleccionada al que se requiera fidelizar o vincular de una manera propositiva para conseguir el objetivo?	10
8.2	Ejemplifique cómo, desde el <i>Coaching</i> comercial, trabajaría para que quienes aun no se han vinculado con el proceso puedan hacerlo viendo viendo en el beneficios y ventajas.....	11

BIBLIOGRAFIA

- http://www.dpoconsulting.com/las_competencias_claves_del_coaching_ICF.pdf
- <http://www.ecbloguer.com/cerebroenpractica/?p=667>
- Material de apoyo de los módulos enviados por los docentes.

1. SITUACION ACTUAL LABORAL: Una asesora comercial que labora desde hace 3 años en almacenes Rayco de la ciudad de Barrancabermeja, es la asesora más joven lo cual considera un factor positivo dentro de su desempeño, además cuenta con estudios y preparación a diferencia de sus compañeros, es actualmente la que menos ventas genera dentro del equipo comercial. Ella se encuentra en un rango alto de los asesores promedio para la compañía y la zona oriente, pero la situación no deja de inquietarla porque considera que sus esfuerzos han sido en vano para superar a sus compañeros o al menos estar al mismo nivel, no solo por la cifra sino por los ingresos adicionales que le significarían generar más ventas.

META: Aportar herramientas al coachee para potencializar sus habilidades y competencias.

2. MODULO I: Competencias básicas del Coach

2.1 Competencias del coach dentro de la situación

- Empatía: Se debe crear una conexión sensitiva con el coachee para que exista un ambiente seguro y de apoyo, propicio para la sesión.
- Cero críticas y cero juicios: es prácticamente hacer una sesión a ciegas donde la apariencia o la forma de pensar no desvíen el propósito de la sesión.
- Escucha: Enfocarse en lo que el coachee está diciendo, estar presente, escuchar las preocupaciones, valores y creencias.
- Comprensión: Comprender el significado de su lenguaje verbal y no verbal, hacer parafraseo y espejo para asegurar la claridad y el entendimiento.
- Preguntar: Hacer las preguntas claves que revelen la información necesaria para obtener el mayor beneficio, donde se refleje una escucha activa, preguntas abiertas y preguntas que la dirijan hacia donde ella desea y que no sugieran ni desvíen el enfoque de la situación.
- Diseñar acciones: ayudar al coachee a definir acciones que le permitan generar oportunidades de aprendizaje en todos los aspectos de su vida.

3. MODULO II: Coaching Organizacional

3.1 Objetivos principales:

- Aplicar mejores herramientas de entrenamiento para el desarrollo continuo de sus habilidades.
- Mejorar el auto concepto que tiene el coachee, con el fin de valorar las habilidades que posee para un mejor desempeño.
- Realizar estrategias conjuntas con el fin de generar resultados positivos.

3.2 Aportes del proceso del coaching

Contribuir en el proceso de generación de cambios, con el fin de sacar lo mejor de cada una de las personas que intervienen en dicho proceso y sobre todo del coachee para que el mismo encuentre las respuestas que le ayuden a mejorar y a utilizar sus habilidades de la manera más eficaz.

3.3 Resultados que se desean encontrar

Los resultados deberán ser positivos para el personaje de la situación ya que finalmente le debe permitir descubrir por ella misma nuevos pensamientos, creencias, estados de ánimo, percepciones que le ayudaran a actuar de la manera que desea y lograr lo que considera importante para ella.

4. MODULO III: El poder de la conversación / Preguntas inteligentes y poderosas

4.1 Actores principales, preguntas y temas relevantes a trabajar

- Gerente del punto de venta (jefe): Es la persona que debe guiar a su equipo en cualquier proceso de cambio o por el contrario puede desviar la intención del equipo dependiendo de sus actitudes o la forma de dirigirlos.

- ¿Cuál es su percepción acerca de su equipo comercial?
 - ¿Cuál es el estilo de comunicación con su equipo?
 - ¿Cada cuánto se realiza una retroalimentación de los resultados?
 - En caso de no resultar alguna directriz, ¿cómo actúa frente a esta situación?
 - ¿Que considera que sería importante para generar actitudes de cambio?
 - ¿Cómo lo va a hacer?
- Asesores comerciales (equipo de trabajo): Son agentes importantes ya que son el punto de referencia para el coachee, en este caso se deberá entrevistar a cada uno para conocer sus debilidades y fortalezas para determinar cómo se encuentra el equipo en general.
- ¿cuáles cree que son sus fortalezas y sus debilidades en el momento de realizar una venta?
 - ¿Qué aporte le pueden dar cada uno de sus compañeros?
 - ¿De qué manera su jefe aporta al proceso y que más necesita que les aporte?
 - ¿Qué hace hoy que le permite generar ventas?
 - ¿Cómo es el ambiente laboral en general?
 - ¿Si alcanza la meta que beneficios logra?
- Director Gestión Humana: Intervienen activamente en el proceso de preparación para la fuerza comercial y se debe conocer cuál es la intención de la organización en los programas establecidos.
- ¿Que se desea obtener de los equipos comerciales con el programa de capacitación diseñado por la compañía?
 - ¿Cómo se han visto los resultados en los equipos según el programa de capacitación implementado?
 - Si los resultados no han sido positivos, ¿Han pensado en un plan B para esta situación?
 - ¿Cuándo iniciaría este nuevo plan?

5. MODULO IV: Modelos mentales creencias y paradigmas

5.1 Principales creencias y paradigmas

5.1.1 Creencias limitantes:

- Ella cree que no es una buena asesora comercial
- Cree que sus compañeros son mejores que ella
- Cree que no está al mismo nivel de su equipo

5.1.2 Creencias potencializadoras

- Cree que ella puede ser mejor por su preparación académica
- Cree que si vende más gana más
- Cree que su edad influye en sus habilidades por ser más joven

5.2 Imágenes u holografías

5.2.1 Enriquecedoras:

- Más Ventas más dinero.
- Su preparación le ayudara a ser mejor y genera un crecimiento laboral.
- Que su juventud le permite ser más dinámica y activa.

5.2.2 Se deben Cambiar:

- Que no es buena, a que es muy buena asesora: recordar un momento donde ella tuvo una venta exitosa.
- Que no vende igual a sus compañeros, por una imagen que está dentro de las mejores asesoras de la zona: revisar el histórico que lleva de ventas para demostrar su cumplimiento constante.

6. MODULO V: Gerentes a coaches

6.1 ¿Qué actitudes o competencias necesitan tener los líderes con personas a cargo vinculados en la situación laboral seleccionada?

- Empatía con los colaboradores

- Escucha activa (enfoque en la persona atento a sus palabras)
- Evitar dar soluciones o querer arreglar el problema
- Comunicación asertiva
- Acompañamiento continuo

6.2 ¿Cómo, por medio del *Coaching*, los líderes podrían mejorar las relaciones laborales y/o la cercanía con sus equipos para el éxito en esta situación?

Lo primero es identificar el estilo de liderazgo con el cual se caracteriza el líder frente a sus colaboradores (Simulador de liderazgo situacional). En esa situación, el líder debe tener la habilidad de motivar para ayudar a su equipo a alcanzar un éxito superior, convencerlos de sus habilidades, tener la confianza y la empatía suficiente con su equipo para que por medio del coaching logre identificar las variables que componen el problema, así como sus relaciones y plantear soluciones acertadas con el fin de generar un cambio positivo en sus colaboradores específicamente en la persona del caso.

6.3 ¿Qué cambiaría en el estilo de conversación actual de los líderes con personas a cargo pensando en un modelo de conversación orientado al *Coaching*?

- Cambiaría los tecnicismos y sugeriría claridad en la conversación en el que se hable en el mismo idioma con el coachee.
- No deben haber incoherencias que desenfocan el hilo de la conversación porque se puede romper la confianza y la empatía.
- Cambiar la interpretación a palabras o acciones que solo permiten adivinar, mejor tener una escucha activa que permita reconocer todos los tipos de lenguaje del coachee.

7. MÓDULO VI: Coaching de equipos

7.1 Seleccione los equipos que intervienen en esta situación laboral seleccionada

- Equipo comercial de ventas : Asesores comerciales y Gerente comercial

7.2 ¿Cómo intervendría, por medio del *Coaching*, a los equipos y en qué momentos?

- Como: Realizando coach de equipo al grupo de personas que componen el equipo comercial y que interviene en el proceso del coachee.
- En qué momento: cuando se existe una situación como la actual donde hay una falta de confianza en si mismo y en los otros en el caso del coachee y cuando no se han desarrollado lo suficiente las competencias de cada uno de los miembros del equipo para el desarrollo de un equipo de alto rendimiento.

8. MÓDULO VII: Coaching comercial

8.1 ¿Hay algún actor de la situación actual seleccionada al que se requiera fidelizar o vincular de una manera propositiva para conseguir el objetivo?

Un coach comercial sería un actor que se debería vincular al proceso, ya que el coaching comercial, es una herramienta para entrenar y formar a los equipos comerciales y a la fuerza de ventas, la cual aportaría de manera positiva a los objetivos planteados en el inicio que finalmente nos lleva la eficiencia de todo el equipo comercial.

8.2 Ejemplifique cómo, desde el *Coaching* comercial, trabajaría para que quienes aún no se han vinculado con el proceso puedan hacerlo viendo en él beneficios y ventajas.

- El coachee recibirá la herramientas de coaching comercial aplicadas a la venta, las diferentes técnicas de persuasión, de comunicación, inteligencia emocional y pnl para aplicar a la venta y poder cubrir las deficiencias que considera que tiene, para poder realizar una venta más efectiva, que le garantice que va a obtener los ingresos esperados y el cumplimiento de las metas trazadas.