



Göçmen Kadınların Karma Öğrenme Şeklinde Entegrasyonunu  
Destekleyen Profesyoneller için Mentorluk Programı

**MODÜL 7**

**Koçluk yoluyla motivasyon**

2021-1-TR01-KA220-ADU-000033474

Entegrasyon sürecini desteklemek, göçmen kadınlara sosyal ve çalışma hayatı alanında kapsayıcı ortam ve fırsatlar yaratmak için Kapsamlı Eğitim Modeli

**COMO-TRAIN**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

# İçeriği

7. Koçluk Yoluyla Motivasyon.....	3
7.1. Mentorluk ve Koçluk.....	3
7.2. Koçluk Yöntem ve Araçları.....	6
7.3. Müşteri ile Görüşme.....	10
7.4. GROW Koçluk Mülakat Modeli.....	14
7.5. Test.....	17
7.6. Referanslar.....	19
7.7. Ek 7 - Test Cevapları.....	20

## 7. Koçluk Yoluyla Motivasyon

### 7.1. Mentorluk ve Koçluk

#### Koçluk

ICF (Uluslararası Koçluk Federasyonu) tanımına göre koçluk: yaratıcı bir süreçte bir müşteriyle ortaklık, düşüncelerini kıskırtmak ve kişisel ve mesleki potansiyelini en üst düzeye çıkarmak için ona ilham vermektir.

Koçluk terimi spor alanından gelmektedir. Bu bağlamda antrenörün misyonu, daha yüksek ve daha yüksek hedeflere, daha iyi performansa, sporcunun veya takımın daha iyi işleyişine ulaşmaktır. Daha sonra bu terim insan kaynakları yönetimi terminolojisine de girmiştir. Kişilerarası iletişimin bir biçimi haline geldi - koçluk öncelikle sorularla çalışır. Koçluğun tüm felsefesi, koçun kendisi için neyin iyi olduğunu ve neye ihtiyacı olduğunu en iyi bildiği fikrine dayanır. Hayatı boyunca zaten birçok durumu yönetmiştir, bu da onun diğer durumlarla da başa çıkabileceği birçok araç ve yeteneğe sahip olduğu anlamına gelir. Koç, uygun sorular sorarak ve bir güven ortamı yaratarak müşteriye çözüm arayışında eşlik eder. Kişiliğin duygusal bileşenini etkiler. Tutumları, değerleri, düşünceleri, güdüleri ve eylemleri güçlendirir. Koçluk sayesinde, danışanların bağımsızlığı, karar verme cesareti gözle görülür şekilde artar, iş verimliliği, özgüven artar ve iletişim gelişir. Yöntemin başarısının önemli bir ölçüsü de müşterinin koçluk sürecinin kendisinden memnuniyetidir.

**Mentorluk:** Kişisel ve kariyer gelişimini desteklemek için daha az deneyimli bir meslektaşına yardım ve destek sağlamak. Mentorluk aynı zamanda motivasyon için mükemmel bir araçtır, yetenekleri geliştirmek ve sürdürmek ve temas kurmak için uygun bir formdur.

Koçluk ve mentorluk ilişkilerinin nasıl yapılandırıldığını anlamanın en iyi yolu, yan yana bir karşılaştırma yapmaktır:

Konu	Koçluk	Mentorluk
Zaman Dilimi	İlişkinin <i>kısa vadeli</i> (6 aya veya 1 yıla kadar) olması ve belirli bir	İlişki daha uzun <i>vadeli</i> , bir veya iki yıl ve hatta daha uzun sürme

	sonucun akılda tutulması daha olasıdır. Bununla birlikte, bazı koçluk ilişkileri, ulaşılan hedeflere bağlı olarak daha uzun sürebilir.	eğilimindedir.
<b>Odak</b>	Koçluk daha çok <i>performans odaklıdır</i> ve profesyonellerin iş başında performansını artırmak için tasarlanmıştır.	Mentorluk daha fazla <i>gelişim odaklıdır</i> , sadece profesyonelin mevcut iş fonksiyonuna değil, ötesine de bakarak, kariyer gelişimine daha bütünsel bir yaklaşım benimser.
<b>Yapı</b>	Geleneksel olarak daha <i>yapılandırılmış</i> , haftalık, iki haftalık veya aylık gibi düzenli olarak planlanmış toplantılarla.	Genellikle toplantılar, mentinin gerektirdiği ihtiyaç temelinde daha <i>gayri resmi</i> olma eğilimindedir.
<b>Uzmanlık</b>	Koçlar , koçun gelişmek istediği belirli bir alandaki uzmanlıkları için işe alınır. Örnekler: Sunum becerileri, liderlik, kişilerarası iletişim, satış.	Organizasyon mentorluk programlarında, mentorlar belirli bir alanda mentilerden daha fazla <i>kıdem ve uzmanlığa</i> sahiptir . Menti, mentorun deneyiminden öğrenir ve ilham alır.
<b>Ajanda</b>	Koçluk gündemi, koçun özel ihtiyaçlarını karşılamak için koç ve <i>koç tarafından birlikte oluşturulur</i> .	Mentorluk gündemi <i>menti tarafından belirlenir</i> . Mentor bu gündemi destekler.
<b>Sorgulama</b>	<i>Düşündürücü sorular</i> sormak, koçun önemli kararlar vermesine, davranış değişikliklerini tanımasına ve harekete geçmesine yardımcı olan koçun en iyi aracıdır.	Mentorluk ilişkisinde, mentinin mentorun uzmanlığına dokunarak daha <i>fazla soru sorma olasılığı daha yüksektir</i> .
<b>Sonuç</b>	Bir koçluk anlaşmasının sonucu <i>spesifik ve ölçülebilirdir</i> , istenen performans alanında iyileşme	Bir mentorluk ilişkisinden elde edilen sonuç zamanla değişebilir ve değişebilir. Belirli, ölçülebilir

	veya olumlu değişim belirtileri gösterir.	sonuçlara veya değişen davranışlara daha az ilgi vardır ve <i>mentinin genel gelişimine daha fazla ilgi vardır.</i>
--	---	---

## **Antrenörün yetkinlikleri**

### **Görüşme prosedürü bilgisi.**

Teorik bilgi, pratik deneyim. Bazı koçluk prosedürlerini kullanmak, örneğin GROW: Hedef - Gerçeklik - Seçenekler - İrade

### **Çözüm odaklılık**

Koç, problem hakkında bilgi toplamakla değil, durumu çözmek, mevcut duruma kaynak ve alternatifler aramakla ilgilenir. Gerçekliği tanımlamakla ilgili sorular bile, çözüm olanaklarının olduğu temelleri tanımlamaya hizmet eder.

### **Dinleme yeteneği**

Koçlukta, değerlendirme yapmadan, neyin önemli olduğunu ve neyin olmadığını seçmeden, verilen konu hakkında kendi yapılarınızı oluşturmadan dinlemek anlamına gelir.

### **Tarafsızlık**

Birinin tarafını tutmama yeteneği. Müşteri için faydalı olmadığı sürece, görüşmeyi kişisel duygu ve görüşlerden kurtarın. Kendi çözümlerinizi zorlamamak.

### **Müşteriye ilgi**

Müşterinin ihtiyaçlarını fark etmek, konuları ve yolu üzerinde çalışmak. Müşterinin kendi durumunu çözme yeteneğine güven. Örneğin, müşteriye sorularla ve çözüm bulmaya yönelik bir tutumla teşvik ederek kendini gösterir.

### **Müşterinin durumu ifade etme ve değerlendirme biçimine saygı**

Koçun durum hakkında kendi sözleriyle yorum yapmaması, ancak müşterinin dilinde kendini ifade etmesi gerçeğinde kendini gösterir. En uygun durumda, müşterinin kullandığı aynı kelimeleri ve ifade araçlarını kullanır (başka bir şekilde ifade etmez).

## **Özgünlük, kişinin duygularının dürüst ifadesi**

Koçun görüşmeye kendi fikrini getirmesi gerekiyorsa veya durumla ilgili herhangi bir duygusu varsa, müşteriyle dürüstçe konuşur, aynı zamanda müşteri için fayda sağlamaya çalışır. Dolaylı olarak, müşterinin kendi duygularını ifade etme ve adlandırma özgürlüğünü de güçlendirir.

## **Olumlu tutum**

Bir kişinin verilen anda elinden gelenin en iyisini yaptığı inancı. Müşterinin kendisi için neyin iyi olduğunu bildiği ve isterse kendisinin bir değişiklik yapabileceği inancı.

## **7.2. Koçluk Yöntem ve Araçları**

Görüşmenin başarısının ölçüsü, müşteri için yararlılıktır. Görüşmenin müşteri için özellikle yararlı olup olmadığını ve neyin yararlı olduğunu sormak önemlidir, böylece müşteriye katkısını ve kendi katkısını fark eder.

Koçun rolü, koçun düşünme sürecini kolaylaştırmaya ve yapılandırmaya yardımcı olmaktır. Bunun gerçekleşmesi için çeşitli araçlar kullanır. Her şeyden önce, sorması gerekiyor.

Bazı koçluk araçları:

1. Objektif formülasyon ve gözlem
2. Soru
3. Özetleme
4. Sessizlik
5. Takdir, teşvik
6. Görüşmenin ilerlemesini ölçme

## **Soru**

Koçluk durumunda sorular belirsizliğin bir ifadesi değildir veya bilgi toplamak için bir araç değildir. Öncelikle müşterinin haritasını incelemek, hedefleri bulmak, problem çözme olanaklarını genişletmek ve yeni bakış açıları keşfetmek için hizmet ederler. Klasik yaklaşım bize iki temel soru türü sunar: açık ve kapalı.

Sistemik yaklaşımda, aşağıdaki soru türleri tipiktir:

- **Öğretici:** Müşteriyi bir cevaba yönlendirmek amacıyla (Bunu daha önce denediniz mi?)
- **Keşif:** Amaç, sahip olmadığımız bilgileri bulmaktır, ancak ortağın sahip olduğunu varsayıyoruz (Bunu henüz denediniz mi?)
- **Yapıcı:** Birlikte benzersiz bir cevap inşa ediyoruz (Denediğinizde nasıl olurdu...?)
- **Varsayımsal:** Durumun zaten çözüldüğünü varsayıyoruz, nasıl davranıyorsunuz?
- **Genelge:** Meslektaşınız bu duruma bakarken ne derdi?
- **Mucizevi:** Sihirli bir değneğin olduğunda, ilk şey olarak ne yapardın?
- **Ölçeklendirme:** Hedefe doğru ilerleyip ilerlemediğimizi öğreniriz, görüşmenin müşteri için yararlılığını ölçeriz (örneğin: 1'den 10'a kadar bir ölçekte, bunu denemek sizi hedefe doğru ne kadar yönlendirir?)

Antrenörün sorduğu sorular:

**Bir amaç doğrultusunda:**

- Bu röportajın sonunda ne olmasını istersiniz?
- Sizin için yararlı olması için şimdi ne uygulamalıyız?
- Uzun vadeli hedefiniz nedir?

**Gerçeği tarif etmek üzerine:**

- O zaman tam olarak ne olur?
- Tam olarak ne zaman yaparsınız ...?
- Hiç benzer bir şeyle uğraştınız mı? Nasıl ortaya çıktı?

**Koşullar altında:**

- Senden başka kim vardı orada?
- Diğer günlerde nasıl görünüyor?
- Özellikle kiminle konuşmak istemiyorsun?

**Açıklama için, görüş:**

- Bunu nasıl açıklıyorsunuz?
- Sizin için ne gibi sonuçlar doğurur?

- Başkaları bundan nasıl yararlanabilir?
- Bunu ilk olarak kim fark edecek?

### **Aksine:**

- Çalışmasını sağlamak için ne gibi değişiklikler yapabilirsiniz?
- ...ile karşılaştırıldığında ne kadar memnunsunuz?
- Geçmişle karşılaştırıldığında durum ne kadar iyileşti?
- Hangi seçeneği tercih edersiniz?

### **İstisnalar için:**

- İyi yaparken neyi farklı yaparsınız?
- Bir yıl önce bunu başardığınızda nasıldı?
- Sorunun çözüldüğünü nereden biliyorsunuz?

### **Kaynaklar için:**

- Sorunu çözenize yardımcı olan hangi güçlü yönleriniz vardı?
- Size kim yardımcı olabilir?
- Cevapları başka nerede bulabilirsiniz?

### **Özetleme**

Müşterinin aynı anda onlarla ilişkili birçok konu, anlam ve duygu getirmesi olur. Müşterinin düşüncelerinin ilerlemesini sürekli izleyebilmek, onları birbirine bağlayabilmek ve müşteriye de yardımcı olabilmek, onu onlara yönlendirebilmek için, örneğin özetleme - yani düşüncelerin bir özeti var. Özetlemeyi önceliklendirmek, hangi konuların müşteri için en önemli olduğunu, hangisine daha fazla odaklanacağımızı belirlemek veya müşteriyle yeni bağlantılar bulmak ve görüşmeyi hedefe biraz daha yaklaştırmak için kullanabiliriz.

### **Sessizlik**



Sessizlik bize genellikle tatsız olan bir güvensizlik hissi verir, bu yüzden bundan kaçınmaya çalışırız. Özellikle bir soru sorarsak ve müşteri uzun süre hiçbir şey söylemezse, anlamları hayal etmemiz, sorulan soruda hata aramamız için bir alandır... Ancak bu gerekli değildir. Aksine, sessizlik doğru soruyu sorduğumuzun ve müşterinin düşünmek için bir alana ihtiyacı olduğunun bir işareti olabilir. Sessizliği yeni fikirlerin, yeni bağlamların kaynağı olarak algılarız. Sessizlik rahatsız ediciyse ve danışan da rahatsızlık sinyalleri gönderiyorsa, sessizliğin neye işaret ettiğini, neler olup bittiğini, kafasından hangi düşüncelerin geçtiğini doğrudan sorabiliriz. Müşteri soruya tepki veremeyeceğini ifade ederse, soruyu yeniden formüle edebilir veya verilen soruyu müşteri için zorlaştıran şeyle uğraşmaya devam edebiliriz.

### **Takdir, teşvik**

Koç, müşterinin fırsat sağladığı herhangi bir zamanda bu aracı kullanabilir. Dürüst ve özel bir takdir bazen müşterinin ihtiyaç duyduğu şeydir. Müşterinin gelmesi ve yeni fırsatlar araması bile, müşterinin hedefleri üzerinde daha fazla çalışması için takdir edilmesi ve teşvik edilmesi için bir fırsat olabilir. Ancak, takdir ve övgü çok hassas bir şekilde ayırt edilmelidir. Öznel ifadeler kullanın: Hoşuma gitti..., sanırım yaptığın şeyin çok anlamı vardı ... Edeğerlemeleri şöyle: İyi iş çıkardın! Sen mükemmelsin! Bunlar kontrolün bir tezahürüdür, yani uzman olduğumuz ve müşteriyi övdüğümüz, çünkü neyin iyi neyin iyi olmadığını biliyoruz.

### **Görüşme ilerlemesini ölçme**

Koçlukta görüşmelerdeki ilerleme oranını belirlemek, müşterinin görüşme sürecinden memnuniyet düzeyini belirlemek, kararlaştırılan yolu onaylamak, yeni olasılıklar bulmak vb. için ölçekler kullanılır. En sık 0-10 arası bir ölçek kullanılırken, bir soru sormadan önce bu iki seviyenin tanımlanması gerektiğini her zaman hatırlamalıyız.

Örnek:

- 0, hiçbir şeyin yolunda gitmediği durumdur...
- 10, ideal olarak gerçekleşmesi gereken durumdur, istediğiniz durumdur...

Tatmin edici durumu tanımlarken, görselleştirmenin yanı sıra, örneğin amaç fikrinin ayrıntılı analizi ve konsolidasyonu için gevşeme tekniklerini de kullanabiliriz.

Aşağıdaki gibi soruları takip edebilir:

- Şu anda neredesiniz?
- Toplantımızın sonunda nerede olmak istersiniz?
- Bunun için birlikte ne yapabiliriz?

Görüşme sırasında ölçekler doğal olarak kullanılmalıdır; müşterinin konusunu takip etmelidirler. İyi kullanılan ölçekler ve aralıklar, görüşme sürecinin müşteri için yararlı olup olmadığı, hedeflerle çalışmak için değerli bir araç olup olmadığı ve aynı zamanda görüşmenin seyrine yardımcı olup olmadığı konusunda koç için değerli bir bilgi kaynağı sağlar.

### **Kime koçluk yapmalı:**

Temel olarak yalnız gelen herkese, örneğin, şu gibi sorularla koçluk yapabilirsiniz: Yardıma ihtiyacım var ..., açıklığa kavuşturmam, düşünmem gerekiyor.... Seçemiyorum... ve diğerleri. Ayrıca kendinize koçluk sunabilir veya müşteriyle yapılan diğer konuşmalara ve diğer çalışma biçimlerine dahil edebilirsiniz.

### **Ne zaman koçluk yapmamalı:**

- Güven ortamı yaratmak mümkün değilse ve danışan düşüncelerini ifade ederken dikkatli davranıyorsa güvensizdir ve konu hakkında yorum yapmak istemez. Bu, örneğin, yönetici astına koçluk yapmak isterse, ancak bu ona karşı çok fazla saygı duyuyorsa olur.
- Eğer danışan hedefleriyle çalışma isteğini göstermiyorsa, kendi kaynaklarıyla uğraşmak istemiyorsa, yönlendirilmeyi tercih ediyor ve çözümün sorumluluğunu danışmanın omuzlarına bırakıyorsa.
- Müşterinin psikoterapötik veya başka bir yardıma ihtiyacı varsa.
- Eğer sonuçsuz sadece oturup konuşmaya gelseydi.

## **7.3. Müşteri ile Görüşme**

### **Mülakatın seyri**

Koçluk sürecinde, danışanın durumunu çözüme yolunda eşlik ediyoruz. Ona düşünmesi için bir alan ve zaman veriyoruz; kendi stratejilerini, arzu ettiği durumları ve kendi durumuna çözümler tasarlaması.

### **Mülakatın seyri**

- Giriş: Koşulların belirlenmesi ve güven
- Hedefin tanımlanması
- Gerçeklik bilgisi
- Seçenekler ve alternatifler arama
- Seçenek seçimi, onay
- Plan oluşturma
- Özetleme, teşvik, sonuç

### **Bir görüşmeye nasıl hazırlanılır**

Önceki toplantıdan sonra gelen müşteriye uyum sağlamak ve konusunu sakın, olumlu ve çözüm yönelimli bir şekilde ele almak için zaman tanıyın.

### **Giriş: Koşulların Belirlenmesi ve Güven**

- Müşteriyle görüşme süresi, genellikle 1 saat ve zamanı nasıl gözlemleyeceğiniz konusunda hemfikir olun.
- Gizliliğin garanti altına alınacağı uygun bir ortam seçin. Rahatsız edilmeden bir görüşme sağlayın, odanın yeterli aydınlatılmasına ve havalandırılmasına dikkat edin. Odada dikkat dağıtıcı renkler veya sesler olmamalıdır.
- Müşterinin ilgi odağında olduğunu açıkça belirtin, görüşmenin seyrini ve tartışılacak konuyu yönlendirme ve yönetme özgürlüğüne sahip olduğunu ifade edin.
- Belirli bir görüşmede koçun rolünü açıklığa kavuşturmak ve koçun ve koçun beklentilerini uyumlu hale getirmek de iyi bir fikirdir.
- Müşterinin konuşmasıyla daha iyi bağlantı kurabilmeniz için not almanız gerekip gerekmediğini müşteriye söyleyin, böylece görüşmenin seyrini sözleriyle özetleyebilir ve müşterinin ortamını daha iyi algılayabilir ve görüşmenin amacını onunla birlikte takip edebilirsiniz.

Güven yaratmanın bir parçası da **sözde Rapport'tur**.

Uyum, koç ve müşteri arasındaki etkili ilişkinin kurulmasında esastır, çünkü güveni artırır ve güvenin gelişmesine izin verir. Bazen biriyle doğal olarak iyi geçindiğinizi göreceksiniz, diğerleriyle ise ortak bir zemin bularak ve empatik olarak ilişki kurmak mümkündür. Güven veren insanlar genellikle bilinçsizce konuştukları kişinin davranışlarına ve konuşmalarına uyum sağlarlar. Ayrıca bu modeli eğitebilir ve eşinizin vücut duruşunu, ses veya konuşma ifadesini izleyerek bilinçli olarak yapabilir ve doğal olarak taklit edebilirsiniz. Doğal olarak ve zorlamadan yaptığınız sürece, müşterinin ortamını daha iyi algılamaya ve görüşmenin amacını onunla birlikte takip etmenize olanak sağlayacaktır. Yürürlükteki uyumun uygulanmasını önermiyoruz, manipülasyon olarak algılanabilir.

### **Hedefin tanımlanması**

Hedefin tanımlanması görüşmenin en önemli kısmıdır. Bazen sadece bir hedef tanımlamak istenen değişimi getirecektir. Hedefin doğru bir şekilde adlandırılması için bu sürece gereken dikkat ve zamanı vermek önemlidir.

Koçluk görüşmesinin amacı iki seviyeden oluşur:

1. Müşterinin konuşmak istediği ve uzun vadeli bir doğası olan bir konu
2. belirli bir röportaj için bir konu

Koç her iki hedefi de akılda tutmalı ve yerine getirilmelerini izlemelidir. Hedefleri belirlerken, istenen değişime ve tezahürlerine odaklanmaya yardımcı olur.

Hedefin şu şekilde olması beklenmektedir:

- S (spesifik) - beton
- M (ölçülebilir) - ölçülebilir
- A (ulaşılabilir) - ulaşılabilir
- R (gerçekçi) - gerçekçi
- T (zamanlı) - zamanla sınırlı

Bir hedefi formüle ederken, aşağıdaki gibi devam edin:

- negatif formülasyonlardan pozitif formülasyonlara



- Meta Dil ile Çalışma



- Neleri etkileyebileceğiniz üzerinde çalışın



- bir şeyin sonunu değil, başlangıcını ifade etmelidir



### Tavsiye:

Sistemik yardımın üç ilkesini aklınızda bulundurun:

- Kırılmamış olanı tamir etmeyin.
- En iyi sonucu veren şeyi yapın.
- Yanlış bir şey yapmak yerine, başka bir şey yapın.

### Gerçeklik bilgisi

Müşteri durumunu açıklar ve koçun yardımıyla yeni bakış açıları arar, geçmiş çözümleri özetler, durumu çözmek için koşulları ve olası kaynakları açıklar.

### Seçenekler ve alternatifler arama

Bu aşamada, danışanın kendi yollarını ve çözüm seçeneklerini bulmasını destekler, aktif yaklaşımını destekler ve takdir eder, duruma dair yeni bir algıyı birlikte yaratırız. Müşterinin yeni fırsatlar ve kaynaklar bulmasına yardımcı oluyoruz. Koçun rolü, koçun düşünme sürecini kolaylaştırmaya ve yapılandırmaya yardımcı olmaktır. Yaratıcılık ve müşteriyle ortak bir yol bulmak için çok yer var. Bir antrenörün emrinde birçok araç vardır.

### **Seçenek seçimi, onay**

Görüşme sırasında, müşteri durumunu çözmenin bir yoluna karar verir. Müşteri ile birlikte, koç verilen seçeneğin uygunluğunu, avantajlarını ve dezavantajlarını, müşterinin kendisi ve çevresi üzerindeki etkisini inceleyebilir ve böylece müşterinin önerilen şekilde ilerlemek için motivasyonunu güçlendirebilir. Duruma bazı çözüm olasılıkları seçildikten sonra, planın oluşturulmasını takip eder.

### **Bir planın oluşturulması**

Koç, müşteriye seanstan belirli bir plan veya eylem planı ile ayrılmaya teşvik eder.

Bir plan oluştururken şunları sorabilir:

1. Atacağınız ilk adım ne olacak?
2. Bunu ne zaman yapacaksınız?
3. Bunun için başka neye ihtiyacın var?

Bu adımda bir ölçek veya görselleştirme de yararlı bir şekilde kullanılabilir. Danışan ile anlaştıktan sonra, planlanan faaliyetlerin ve durumun çözülmesinin ilerlemesinin bir kaydını tutmanız önerilir.

### **Özetleme, teşvik, sonuç**

Sonunda, müşterinin kaynaklarını takdir etmek için görüşmenin seyrini özetlemek uygundur. Koçluk, müşterinin kararlaştırılan şekilde devam etme kararını daha da güçlendirme fırsatı veren sözde son müdahaleyi kullanır. Müşteriye bir görev önermek veya sadece bir sonraki toplantıya gelene kadar olan süre boyunca onu takdir etmek ve teşvik etmek mümkündür . Koç, bir sonraki toplantı için bir tarih ve ön konu üzerinde anlaşacaktır. Görüşmenin sonunda, müşterinin bir eylem planı veya çözüm için bir fikirle ayrıldığı müşteri için güvenli olduğundan, kendisi için yararlı bir değişiklik yapıldığından emin olmak önemlidir.

## 7.4. GROW Koçluk Mülakat Modeli

Birkaç Koçluk modeli vardır, bunlardan biri GROW'dur:

GROW Modeli, koçluk endüstrisinde sunulan kişisel ve profesyonel gelişim için en köklü ve başarılı modellerden biridir.

GROW Modeli, GROW modelinin uygulanmasındaki dört temel adımı vurgulayan (G)oals, (R)eality, (O)ptions ve (W)ill anlamına gelen bir kısaltmadır. Bu dört aşamada çalışarak, GROW Modeli, bireyin kendi özlemleri hakkındaki farkındalığını, mevcut durumlarını, kendilerine açık olasılıkları ve kişisel ve mesleki hedeflerine ulaşmak için yapabilecekleri eylemleri daha iyi anlamasını sağlar. Belirli, ölçülebilir ve ulaşılabilir hedefler ve bunların başarıları için gerçekçi bir zaman çerçevesi belirleyerek, GROW Modeli güven ve öz motivasyonu başarılı bir şekilde teşvik ederek üretkenliğin ve kişisel memnuniyetin artmasına neden olur.

### **GROW Model Yapısı**

#### **GROW Modelinin 1. Adımı - (G)oalleriniz nelerdir?:**

- Nihai hedefleri, performans hedeflerini ve yol boyunca ilerleme hedeflerini anlayarak hedef türünü tanımlar ve netleştirir.
- Temel amaç ve özlemlerin anlaşılmasını sağlar.
- Oturumdan istenen sonucu netleştirir.
- 

#### **GROW Modelinin 2. Adımı - (R)ealityniz nedir?:**

- Mevcut durumu, bugüne kadar alınan aksiyonlar açısından değerlendirir.
- Daha önce gerçekleştirilen eylemlerin sonuçlarını ve etkilerini açıklığa kavuşturur.
- Şu anda ilerlemeyi engelleyen veya sınırlayan iç engellerin ve blokların anlaşılmasını sağlar.
-

### GROW Modelinin 3. Adımı - (O)ptionlarınız nelerdir?:

- Olasılıkları ve alternatifleri tanımlar.
- İlerleme için çeşitli stratejileri ana hatlarıyla belirtir ve sorgular.
- 

### GROW Modelinin 4. Adımı - Ne (W)ill yaparsınız?:

- İlk hedeflere ulaşmak için neyin öğrenildiğini ve nelerin değiştirilebileceğini anlamayı sağlar.
- Tanımlanan adımların uygulanması için bir özet ve eylem planı oluşturur.
- Gelecekteki olası engelleri ana hatlarıyla belirtir.
- Hedeflere ulaşmaya devam etmeyi ve gerekli olabilecek destek ve gelişmeyi göz önünde bulundurur.
- Mutabık kalınan eylemlere bağlılığın kesinliğini tahmin eder.
- Hesap verebilirliğin ve hedeflere ulaşmanın nasıl sağlanacağını vurgular





## 7.5. Sınav

### 1. İfade doğru mu yoksa yanlış mı?

Koçluk: Yaratıcı bir süreçte müşteriyle ortaklık, düşüncelerini kışkırtmak ve kişisel ve mesleki potansiyellerini en üst düzeye çıkarmak için ona ilham vermek.

- a. Doğru
- b. Yanlış

### 2. Listelenen yetkinliklerden hangileri bir koçun yetkinlikleri arasındadır?

- a. Mülakat prosedürleri hakkında bilgi
- b. Çözüm odaklılık
- c. Dinleme yeteneği
- d. Tarafsızlık
- e. Hepsi

### 3. Koçlukta dinleme yeteneği şu anlama gelir:

- a. Değerlendirme yapmadan dinlemek, ancak neyin önemli olup neyin olmadığını seçmek için, bazı durumlarda verilen konu hakkında kendi yapılarını oluşturmasına izin verilir.
- b. Neyin önemli olup neyin olmadığını seçerek ve değerlendirerek, verilen konu hakkında kendi yapılarını oluşturarak.
- c. Değerlendirme yapmadan, neyin önemli olup olmadığını seçmeden, verilen konu hakkında kendi yapılarını oluşturmadan dinlemek.

### 4. Koçlukta hangi araçlar kullanılır?

- a. Objektif formülasyon ve görüşme
- b. Soru
- c. Özetleme
- d. Sessizlik
- e. Takdir, teşvik
- f. Görüşme ilerlemesini ölçme
- g. Tüm

**5. Sistemik koçluk yaklaşımında hangi tür sorular kullanılmaktadır?**

- a. Öğretici, yapıcı, varsayımsal, kapalı
- b. Öğretici, yapıcı, varsayımsal, dairesel, mucizevi, ölçekleme
- c. Kapalı, dairesel, mucizevi, ölçekleme

**6. İfade doğru mu yoksa yanlış mı?**

Müşteri hedefleriyle çalışma isteğini göstermiyorsa, kendi kaynaklarıyla uğraşmak istemiyorsa, yönlendirilmeyi tercih ediyorsa ve çözümün sorumluluğunu koçun omuzlarına bırakıyorsa koçluk yapmayın.

- a. Doğru
- b. Yanlış

**7. Hedefleri belirlerken, koç istenen değişime ve tezahürlerine konsantre olmaya yardımcı olur. Hedefin şu şekilde olması beklenmektedir:**

- a. Somut, gerçek, zamanla sınırlı.
- b. Somut, ölçülebilir, ulaşılabilir, gerçekçi, zamana bağlı.
- c. Yontulabilir, gerçekçi, somut, ölçülebilir.

**8. İfade doğru mu yanlış mı?**

Görüşmenin sonunda, görüşmenin seyrinin danışan için güvenli olduğundan emin olmak önemli değildir, danışanın bir eylem planı veya bir çözüm fikri ile ayrılması, onun için yararlı bir değişimin gerçekleştiğinden emin olmak önemlidir.

- a. Doğru
- b. Yanlış

**9. Hedefi formüle ederken koç aşağıdaki adımları izler:**

- a. Negatif formülasyonlardan pozitif formülasyonlara.
- b. Pozitif formülasyonlardan negatif formülasyonlara.
- c. Her iki cevap da doğrudur.

**10. GROW modeli şu anlamlara gelen bir kısaltmadır:**

- a. (G)oals, (R)esponsibility, (O)pportunities and (W)ill,
- b. (G)oals, (R)eality, (O)bstracles and (W)ill,

c. (G)oals, (R)eality, (O)ptions and (W)ill,

### 11. GROW Modelinin 1. Adımı:

- a. Şu anda ilerlemeyi engelleyen veya sınırlayan iç engellerin ve blokların anlaşılmasını sağlar.
- b. Nihai hedefleri, performans hedeflerini ve yol boyunca ilerleme hedeflerini anlayarak hedef türünü tanımlar ve netleştirir.
- c. Belirlenen adımların uygulanması için bir özet ve eylem planı oluşturur.

### 12. GROW Modelinin 3. Adımı:

- a. Daha önce gerçekleştirilen eylemlerin sonuçlarını ve etkilerini açıklığa kavuşturur.
- b. Gelecekteki olası engelleri ana hatlarıyla belirtir.
- c. İlerleme için çeşitli stratejileri ana hatlarıyla belirtir ve sorgular.

## 7.6. Referanslar

1. Fischer, M. – Epe: KOÇLUK. Profesyonel eşlikçiliğin ilke ve teknikleri. Portal, 2006
2. Atkinson, M., Chois, RT (2009). Koçluk – bilim ve sanat, İç dinamikler. Yayıncı: Portal, 2009
3. Whitmore, John. (2005). Koçluk: kişilik gelişimi ve performans gelişimi, kişilerarası koçluk yöntemi. Prag: Management Press, 2005. 184 s. ISBN 80-7261-101-1
4. Dosyalanmış, R. (2012). Yöneticiler için koçluk, Grada, 2012
5. Whitmore, J. (2009). Koučování: Yönetim Yayınları, 2009
6. Stermensky, M. (2021). Yönetimde koçluk ve mentorluk. Erişim tarihi: 22/01/2023 tarihi: <https://www.nocka.sk/wp-content/uploads/2021/05/Koucing-a-mentoring-v-riadeni.pdf>
7. Zust, CH. (2017). Koçluk ve mentorluk arasındaki farkı bilin. YAYINLANMA TARİHİ: Temmuz 05, 2017 Aquiaered tarihinde 22/01/2023 <https://www.kent.edu/yourtrainingpartner/know-difference-between-coaching-and-mentoring>

## 7.7. Ek 7 - Test Cevapları

<b>Soru</b>	<b>Cevap</b>
Soru 1	a
Soru 2	ve
Soru 3	c
Soru 4	g
Soru 5	b
Soru 6	a
Soru 7	b
Soru 8	b
Soru 9	a
Soru 10	c
Soru 11	b
Soru 12	c



Göçmen Kadınların Karma Öğrenme Şeklinde Entegrasyonunu  
Desteklemek için Profesyoneller için Mentorluk Programı

## MODÜL 7

### Koçluk yoluyla motivasyon

2021-1-TR01-KA220-ADU-000033474

Entegrasyon sürecini desteklemek, göçmen kadınlara sosyal ve çalışma hayatı alanında kapsayıcı ortam ve fırsatlar yaratmak için Kapsamlı Eğitim Modeli

COMO-TRAIN



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## İçeriği

7. Koçluk Yoluyla Motivasyon.....	3
7.1. Mentorluk ve Koçluk.....	3
7.2. Koçluk Yöntem ve Araçları.....	4
7.3. Müşteri ile Görüşme.....	6
7.4. GROW Koçluk Mülakat Modeli.....	7

## 7. Koçluk Yoluyla Motivasyon

## 7.1. Mentorluk ve Koçluk

<b>Faaliyet No. 7.1.</b>	
<b>MODÜL</b>	Koçluk Yoluyla Motivasyon
<b>KONU</b>	Mentorluk ve Koçluk
<b>Etkinliğin başlığı</b>	Mentorluk ve koçluk arasındaki farkların belirlenmesi
<b>Pedagojik amaç</b>	1. Katılımcıları tarafından kendiliğinden katkıda bulunulan fikirlerin bir listesini toplayarak belirli bir problem için bir sonuç bulmak için beyin fırtınası kullanmak. 2. Koçluk ve mentorluk ilişkilerinin nasıl yapılandırıldığını anlamak
<b>Hedef grup</b>	Profesyonel
<b>Süre (dakika)</b>	30 dakika
<b>Ayarlar</b>	Sınıf türü
<b>Grubun büyüklüğü</b>	10-12 kişi
<b>Yöntem</b>	Küçük gruplarda beyin fırtınası, büyük bir grupta tartışma
<b>Araçları</b>	Yazı tahtası, kalem, kâğıt, işaretleyiciler
<b>Etkinliğin açıklaması</b>	
<p>Öğretim görevlisi, beyin fırtınasını, bir grup öğrencinin engellemeleri kaldırarak belirli bir ilgi alanı etrafında yeni fikirler ve çözümler üretmek için buluştuğu bir durum olarak tanıtır. Öğrenciler daha özgürce düşünebilir ve mümkün olduğunca çok sayıda spontane yeni fikir önerirler. Tüm fikirler eleştirilmeden not edilir ve beyin fırtınası oturumundan sonra fikirler değerlendirilir.</p> <p>Katılımcılar iki gruba ayrılacaktır. Grupların görevi, mentorluk ve koçluk arasındaki ilişkileri zaman çerçevesi, odak, yapı, uzmanlık, içerik, sorgulama ve çıktılar açısından araştırmak ve karşılaştırmak olacaktır. İlk grup beyin fırtınası şeklinde araştırıyor ve koçluğun özelliklerini yazıyor, ikinci grup ise mentorluğun özelliklerini inceliyor ve yazıyor. Son olarak, her iki grup da bulguları büyük bir grupta sunar ve tartışır.</p>	
<b>Öğrenciler için talimatların metni (profesyoneller)</b>	
<ol style="list-style-type: none"><li>İki gruba ayırın.</li><li>Birinci grubun görevi, koçluğun özelliklerini zaman dilimi, odak, yapı, uzmanlık ve içerik, soru sorma yöntemi ve çıktıları açısından 15 dakika içinde yazmak olacaktır.</li><li>İkinci grubun görevi, mentorluğun özelliklerini zaman çerçevesi, odak, yapı, uzmanlık ve içerik, soru sorma yöntemi ve çıktıları açısından 15 dakika içinde yazmak olacaktır.</li><li>Son olarak, her iki grup da bulguları 15 dakika içinde büyük bir grupta sunar ve tartışır.</li></ol>	
<b>Özet</b>	

Egzersiz sayesinde, katılımcılar koçluk ve mentorluk arasındaki ilişkileri anlayacaklardır. Beyin fırtınası, fikirleri daha özgürce formüle etmelerini ve yaratıcılığı geliştirmelerini sağlayacaktır. Alıştırma, kendi kendine çalışma yoluyla elde edilen teorik bilgilerin uygulanması ve bir öğretim elemanı yardımıyla pratikte güçlendirilmesi için önerilmektedir.

## 7.2. Koçluk Yöntem ve Araçları

<b>Faaliyet No. 7.2.</b>	
<b>MODÜL</b>	Koçluk Yoluyla Motivasyon
<b>KONU</b>	Koçluk Yöntemleri ve Araçları
<b>Etkinliğin başlığı</b>	AKILLI hedefler
<b>Pedagojik amaç</b>	AKILLI yöntemine göre hedefleri formüle etme pratiği
<b>Hedef grup</b>	Profesyonel
<b>Süre (dakika)</b>	90 dakika
<b>Ayarlar</b>	Sınıf türü
<b>Grubun büyüklüğü</b>	10-12 kişi
<b>Yöntem</b>	Üçlü gruplar halinde çalışma, büyük bir grupta tartışma
<b>Araçları</b>	Kalem ve kağıt
<b>Etkinliğin açıklaması</b>	
<p>Katılımcılar üçerli küçük gruplara ayrılmıştır. Üç üyeden biri koç, ikincisi müşteri ve üçüncüsü gözlemci konumunda olacaktır. Müşteri sorunlu durumu tanımlar (örneğin: Nobody benden hoşlanıyor. Departmanda olan her şeyden ben sorumluyum. Artık kimseyle tartışmak istemiyorum.)</p> <p>Koçun rolü, müşteri için soruları formüle etmektir, böylece amacı SMART olur ve mevcut zaman ve mekanda birlikte çalışabilirler.</p> <p>SMART'ın hedefi şöyle olmalıdır:</p> <p>S - ÖZEL - spesifik, hedefi mümkün olduğunca somut olarak tanımlamak.</p> <p>M - ÖLÇÜLEBİLİR - ölçülebilir, hedefin sonunda başarılı olup olmadığınızı ve neyi başardığınızı bilmek gerekir.</p>	



A - ULAŞILABİLİR - ulaşılabilir, hedefinize ulaşmak istediğiniz yöntemi düşünün.

R - İLGİLİ - gerçekçi, sizin için gerçekçi ve uygulanabilir bir hedefi belirleyin.

T - ZAMANA BAĞLI - zamanla sınırlıdır, başlangıcı ve sonu ayarlayın.

Gözlemci görüşmenin seyrini gözlemler, notlar yazar, geliştirilmesi gereken zayıf noktalara işaret eder. 20 dakika sonra, pozisyonlar / roller değiştirilir, böylece herkes grup içindeki tüm pozisyonlarda / rollerde sırayla yer alır.

Daha sonra, öğretim görevlisi ve büyük bir gruptaki diğer katılımcılarla bir tartışma gerçekleşecek ve gözlemcilerin bulguları, hedeflerin belirlenmesinin hangi bölümlerinin sırasıyla SMART yöntemini kullanarak soruların formüle edilmesinin en zorlu olduğu, koçun bu alanlardaki becerilerini nasıl geliştirebileceği tartışılacaktır.

### Öğrenciler için talimatların metni (profesyoneller)

1. Üçlü küçük gruplar oluşturun. Gruptaki roller konusunda birbirinizle anlaşın, böylece üç üyeden biri koç konumunda, ikincisi müşteri konumunda ve üçüncüsü gözlemci konumundadır.
2. Müşteri pozisyonundaki katılımcının sorunlu durumunu ve koçtan neye ihtiyacı olduğunu açıklayabilmesi için bir konu seçin.
3. Koçun görevi, müşteri için soruları formüle etmektir, böylece amacı SMART olur ve 20 dakika içinde mevcut zaman ve mekanda birlikte çalışabilirler.
4. AKILLI yöntemini kullanarak hedefleri belirlerken Ek 1'i kullanın .
5. 20 dakika sonra, pozisyonları / rolleri değiştirin ve grubun her üyesi tüm pozisyonları / rolleri deneyene kadar egzersizi tekrarlayın.
6. Gözlemcinin görevi, müşteri için zorluk açısından soru formüle etme sürecini analiz etmek olacaktır.
7. Öğretim görevlisi ve büyük bir gruptaki diğer katılımcılarla gözlemcilerin bulgularını ve koçların becerilerini geliştirme olanaklarını tartışın.

### Özet

Alıştırma, kendi kendine çalışma yoluyla elde edilen teorik bilgilerin uygulanması ve bir öğretim elemanı yardımıyla pratikte güçlendirilmesi için önerilmektedir.

## Muhafaza 1

Hedefin şu olması bekleniyor	Objektif belirleme için sorulara yardımcı olma
<b>1.Özel</b> İlk nesnel özellik onun özelliğidir. Belirsiz veya boş bir cümle değil, nesnel yönü belirleyen, örneğin bir iş aramak gibi ikna edici, somut ve makul bir karardır.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Neyi başarmak istiyorsunuz?</li><li>- Neden istiyorsun?</li><li>- Ona nasıl ulaşabilirsin?</li></ul>
<b>2. Ölçülebilir</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ne kadar?</li></ul>

<p>Hedefe nasıl ulaşacağımızı o zaman rakamları da eklediğimizde biliyoruz. İlerlemenizi kontrol etmek için referans düzeyleri oluşturun. Hedefinize ne zaman ulaşıldığını ne kadar kesin olarak bileceğinizi belirleyin.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ne sıklıkla?</li> <li>- Ne kadar süre?</li> <li>- Hangi günlerde?</li> <li>- Saat kaçta?</li> <li>- Ne zamana kadar?</li> <li>- Hedeflerinize ulaşıldığını nasıl bileceksiniz?</li> </ul>
<p><b>3. Ulaşılabilir</b></p> <p>Elbette, hedef gerçekçi bir şekilde belirlenmelidir, bunu gerçekten başarmak zorunda kalabilir miyiz? Zaman diliminiz içinde hedefe ulaşmanın gerçekçi olduğundan emin olun. Aklınızda başka görevlerin de olması gerekir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hangi somut adımları atabilirsiniz?</li> <li>- İlk olarak ne yapıyorsunuz? İkinci, üçüncü olarak ne...?</li> <li>- Planınız nedir?</li> <li>- Hangi engeller oluşabilir? (Finansal, sağlık, geçici...)</li> <li>- Belirli bir zaman ufku hedefinize ulaşmak mümkün mü?</li> <li>- Ona ulaşmak için yeterli motivasyona sahip misiniz?</li> </ul>
<p><b>4. İlgili</b></p> <p>Başarının bir sonraki adımı, amacın sizin ve hayatınız için ne kadar faydalı olduğunun farkında olmaktır.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bu hedefi takip etmek neden kârlıdır?</li> <li>- Hedefiniz örneğin kariyer açısından alakalı mı?</li> <li>- Ona ulaşmak sizin için neden önemli?</li> <li>- Hayatınızı nasıl değiştirir?</li> <li>- Enerjinizi, zamanınızı, paranızı ona yatırmak sizin için karlı mı?</li> <li>- Hayatınızdaki hedefe ulaşmak için hangi olumlu değişim ve etki yaratılır?</li> </ul>
<p><b>5. Zamana bağlı veya izlenebilir</b></p> <p>Hedefin zaman sınırı, özellikle kısa vadeli hedefler için önemlidir.</p> <p>Terimleri veya faaliyet zaman çizelgesini belirlemek önemlidir. Planladığınız geleceğe ne kadar uzun zaman ayırırsanız, hayatın planlarınızı değiştireceği zaman risk o kadar büyük olur. Bu nedenle, kilometre taşlarını belirlemek için uzun vadeli hedefler için uygundur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hedefinize ulaşmak için ne zaman kanıtlıyorsunuz?</li> <li>- Kısa vadeli mi yoksa uzun vadeli hedeflerle mi ilgili?</li> <li>- Hedefe ulaşmak (örneğin, çalışma pozisyonunu elde etmek) veya sistemi kurmak (örneğin, düzenli olarak bir şeyler yapmak istemek) konusunda ilginç misiniz?</li> <li>- Hedefinize ne zaman ulaşıyorsunuz?</li> </ul>

### 7.3. Müşteri ile Görüşme

#### Faaliyet No. 7.3.

<b>MODÜL</b>	Koçluk Yoluyla Motivasyon
<b>KONU</b>	Müşteri ile Görüşme
<b>Etkinliğin başlığı</b>	Benim konumuz
<b>Pedagojik amaç</b>	Kendi kendine koçluğu denemek, kendi konunuzla ilgili koçluk soruları uygulamak.
<b>Hedef grup</b>	Profesyonel
<b>Süre (dakika)</b>	30 dakika
<b>Ayarlar</b>	Ev çevresi
<b>Grubun büyüklüğü</b>	Bireysel ev ödevi
<b>Yöntem</b>	Ödev/Bireysel
<b>Araçları</b>	Kalem, kağıt
<b>Etkinliğin açıklaması</b>	
<p>Egzersizin amacı (ev ödevi), katılımcının tatmin olmadığı seçilmiş bir problem durumuna dayanarak kendi kendine koçluğu denemektir. Sorun durumunu farklı bir şekilde çözenize izin verecek önerilen sorular vardır.</p>	
<b>Öğrenciler için talimatların metni (profesyoneller)</b>	
<p>Zaman zaman başınıza gelen bir durumu düşünün, ancak şimdiye kadar çözümünden tamamen memnun değildiniz. Örneğin: aile içi çatışma, bir meslektaşla iletişim... ve aşağıdaki soruları cevaplamaya çalışın. Hangi soruların sizin için yararlı olduğu veya konunuz hakkında nasıl düşündüğünüz sürecinden herhangi bir içgörü hakkında notlar alın. Yeni bir şey keşfettiniz mi?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komşuluğunuzdan bir başkası bu durumu nasıl algıladı?</li> <li>2. Bu konuda uzman biri bunu nasıl algılar?</li> <li>3. Bu durumda siz ve eşiniz için neyin önemli olduğunu düşünüyorsunuz?</li> <li>4. Bu durumun sonucu ne olmalı?</li> <li>5. O zaman farklı olan ne olurdu?</li> <li>6. Bunu başarmak için ne yapabilirsiniz?</li> <li>7. Başka ne yapılabilirdi?</li> <li>8. 5 yıl sonra bu duruma nasıl bakacaksınız?</li> </ol>	
<b>Özet</b>	
<p>Bu görevin yardımıyla, katılımcılar kendi kendine çalışma yoluyla elde edilen bilgileri , özellikle de kendi kendine koçluk şeklinde soruların formülasyonu olmak üzere pratikte uygulayabileceklerdir. Koçluk becerilerinin gelişmesine katkıda bulunacaktır .</p>	

## 7.4. GROW Koçluk Mülakat Modeli

## Faaliyet No. 7.4.

<b>MODÜL</b>	Koçluk Yoluyla Motivasyon
<b>KONU</b>	GROW Koçluk Mülakat Modeli
<b>Etkinliğin başlığı</b>	GROW yöntemi kullanılarak koçluk görüşmesi nasıl yapılır?
<b>Pedagojik amaç</b>	GROW yöntemini pratikte nasıl kullanacağınızı bilin
<b>Hedef grup</b>	Profesyonel
<b>Süre (dakika)</b>	80 dakika
<b>Ayarlar</b>	Sınıf türü
<b>Grubun büyüklüğü</b>	10-12 kişi
<b>Yöntem</b>	Çiftler halinde çalışın, büyük bir grupta tartışın
<b>Araçları</b>	Kalem, kağıt

### Etkinliğin açıklaması

Katılımcılar çiftlere ayrılmıştır. Çiftten bir katılımcı koç pozisyonunda, ikincisi müşteri pozisyonunda olacaktır. Müşteri sorunlu durumu açıklayacaktır.

Koçun görevi, GROW yöntemini kullanarak soruları formüle etmektir, böylece açıklanan problem durumu üzerinde birlikte çalışabilirler.

#### GROW yönteminin özetitülasyonu

##### Hedefler - Hedef belirleme

- Görüşme alanının belirlenmesi
- Uzun vadeli hedef
- Toplantının amacı
  - o Şikayet (yaparlar ...)
  - o İstek (Ben istiyorum ...)
  - o Sipariş verin (ve sizden ihtiyacım var = BEN + SİZ + BURADA + ŞİMDİ "... Sizin için yararlı hale getirmek için ne yapabilirim?")
- Öncelikleri belirleme
- Çalışma yöntemi hakkında anlaşma

##### Gerçeklik - Gerçeklik

- Bu konu kim/neyle ilgilidir? - Her taraftan harita gerçekliği
- Durumsal farkındalığı genişletin (döngüsel sorular)
- Geçmiş başarı kaynaklarını keşfedin (örneğin, ölçeklendirme tekniğine dayanarak...)
- Sorunun istisnalarını arayın - bir şey olmadığında, geçmişte işe yarayan şey = gelecekte bir çözüm potansiyeli

##### Seçenekler - Olanaklar

- Fikirlerin beyin fırtınası - çözüm aramaya teşvik etmek, teklifleri değerlendirmek değil,

çözümlerin miktarı ile ilgilidir.

- Dikkat, sınır yok, sınırları biz belirliyoruz
- Soru: Başka ne ...?"
- Koçtan fikir vermek

#### **İrade - Çözüm seçimi (seçim)**

- En uygun çözüm alternatifinin seçimi
- Olası engellerin/engellerin haritalanması + bunların kaldırılma yöntemleri
- İlk adım: "İlk adım olarak ne yapacaksınız? Ne zaman başlıyorsun?"
- Ölçeklendirme - Verilen çözümü uygulama niyeti (Ölçeğin adı, Ölçeğin tanımı, Ölçüm)
- İfade alanı - Başka ne söylemek istiyor?...
- Toplantıyla ilgili geri bildirimler...
- Bir sonraki toplantıda kongre

#### **Öğrenciler için talimatların metni (profesyoneller)**

1. Çiftler oluşturun. Gruptaki roller konusunda birbirinizle anlaşın, böylece iki üyeden biri koç, ikincisi müşteri konumundaydı.
2. Müşteri pozisyonundaki katılımcının problem durumunu ve koçtan yardıma ihtiyacı olduğunu açıklayabilmesi için bir konu seçin.
3. Koçun görevi, GROW yöntemini kullanarak müşteri için sorular formüle etmektir, böylece 20 dakika içinde birlikte çalışabilirler.
4. 20 dakika sonra, pozisyonları / rolleri değiştirin ve egzersizi tekrarlayın.
5. GROW yöntemini kullanarak deneyiminiz hakkında öğretim görevlisi ve büyük bir gruptaki diğer katılımcılarla tartışın.

#### **Özet**

Bu görevin yardımıyla, katılımcılar kendi kendine çalışma yoluyla elde edilen bilgileri bir öğretim görevlisi yardımıyla pratikte uygulayabileceklerdir. Pratik beceriler edindikten sonra, bir müşteriyle çalışırken GROW yöntemini uygulayabileceklerdir.