

3-H-LEBENSTHEMEN COACHING

Eine Fortbildung mit Roland Kopp-Wichmann

INHALTE DER FORTBILDUNG:

WIE WIRKLICH IST DIE WIRKLICHKEIT?

Warum unsere subjektive Wahrnehmung viele Probleme erschafft

Konstruktivismus: Wir können nichts „objektiv“ wahrnehmen.

Warum die Landkarte niemals die Landschaft ist.

Wie Glaubenssysteme und Lebensthemen entstehen.

ACHTSAMKEIT SCHAFFT DEN ZUGANG

Den Weg zum Unbewussten des Klienten schaffen wir mit der Achtsamkeit.

Warum darüber Reden für eine Veränderung nicht reicht.

Wie Sie Klienten in die Achtsamkeit führen.

Nicht zum Denken, sondern zum Erleben einladen.

Den Autopiloten stoppen – und Raum schaffen zwischen Reiz und Reaktion.

DIE HALTUNG DES COACHES

Neben den Inhalten und Techniken beeinflusst vor allem die Haltung des Coaches den Prozess.

Gewaltlosigkeit: Nichts bewerten, nicht kritisieren.

Sicherheit schaffen, damit der Klient sich öffnet.

Der Selbstorganisation des Klienten vertrauen.

Präsent sein und akzeptieren als Grundlage.

Neugier und nicht-wertendes Verstehen

Umgang mit „schwierigen“ Klienten

GESPRÄCHSTECHNIKEN

Wie Sie damit schnell die Kooperation mit dem Unbewussten erreichen.

Experimente in Achtsamkeit

Mit Schlüsselsätzen das Lebensthema erlebbar machen

Intelligente Fragen stellen

Kontakt machen mit dem Erleben des Klienten

Nonverbale Signale in Mimik und Gestik wahrnehmen

Mit Stimme und Sprechtempo variieren

COACHING-KOMPETENZEN

Wie Sie damit in drei Stunden den Engpass finden.

Allgemeine Grundbedürfnisse und Ängste

Die wichtigsten inneren Konflikte

Das Ohr für Lebensthemen sensibilisieren

Wie man Hypothesen über den Konflikt bildet

Mit „Schlüsselsätzen“ die Hypothesen testen

Verschiedene experimentelle Techniken

Desidentifikation und Arbeit mit inneren Anteilen

UMSETZUNG UND VERÄNDERUNGSARBEIT

Was Sie tun können, wenn es schwierig wird.

Mit Gefühlen umgehen

Raum schaffen am Engpass

Kleine Schritte anstreben

Widerstand verstehen und respektieren

Verschiedene Umsetzungstechniken

MARKETING SPEZIELL FÜR COACHES

Wie Sie Ihr Angebot an die richtigen Interessenten bringen.

Wie finde ich die für mich passende Zielgruppe?

Wie kann ich mich im Coaching-Markt heute positionieren?

Brauche ich Website, Blog, eMail-Liste, Newsletter, Social Media...?

Wie bestimme ich das passende Honorar?

Besser online und/oder offline arbeiten als Coach?