



ZİRVE
AKADEMİ



PROFESYONEL KOÇLUK TEMEL KOÇLUK BECERİLERİ

ZİRVE AKADEMİ
TAŞKIN TAHMAZ

PROFESYONEL KOÇLUK

TEMEL KOÇLUK BECERİLERİ

- Kişinin yaşama dair farkındalığını, mutlu ve başarılı yaşama becerisini arttırmaya, içsel kaynaklarına ulaşma, kaynakları istenildiği biçim ve süreklilikte kullanmasına destek sağlayan özel bir süreç programıdır.
- **Koçluk;** güçlü soru sorma becerilerini geliştirmeyi, “koçluk alanında” kalarak kişilerin kendi kaynaklarını harekete geçirmeleri ve gerçekte ne istediklerini, bu isteklerine nasıl ulaşabileceklerini, kararlılıkla sonuca ulaşmak üzere bu isteklerini nasıl sürdürebileceklerini ve ulaşılacak sonucun net tanımını nasıl yapabileceklerinin yaklaşımlarını ortaya koyan bir disiplindir.
- Koçluk kültüründe, bu kültüre sahip olanlar birbirleri ile saygı içinde iletişimi sürdürür, birbirlerine sınır koymadan rapor verir, iş ilişkilerini daha iyiye nasıl götürebilecekleri üzerinde çalışır, bireysel ve iş verimlerini nasıl arttıracaklarının yol ve yöntemlerine ulaşır. Kişisel ve kurumsal gelişimde geri bildirimin nasıl güçlü bir araç olduğunu fark eder, yüksek güvene dayalı ilişkiler kurar, kişisel ve iş performansını artırır.
- **Profesyonel Koçluk;** günümüzün belirsiz ve karmaşık ortamlarında, kişisel ve mesleki potansiyeli maksimize eden, müşteriye daha fazla düşünmeye teşvik ederek yaratıcı süreçler içine girmesi için ilham veren, müşteri ile koçun işbirliği içinde olduğu bir ilişkidir.





KOÇLUK NEDİR?

- Yaşam amacı, vizyon ve hedeflerin netleşmesi,
- Zaman dahil yaşamı hedeflere yönelik planlayabilmek,
- Mutlu ve başarılı yaşama becerisini artırma çalışması,
- Olaylara içten ve dıştan bakabilme becerisi,
- Olabileceğinin daha iyisi olmak,
- Liderlik potansiyelini ortaya çıkarmak,

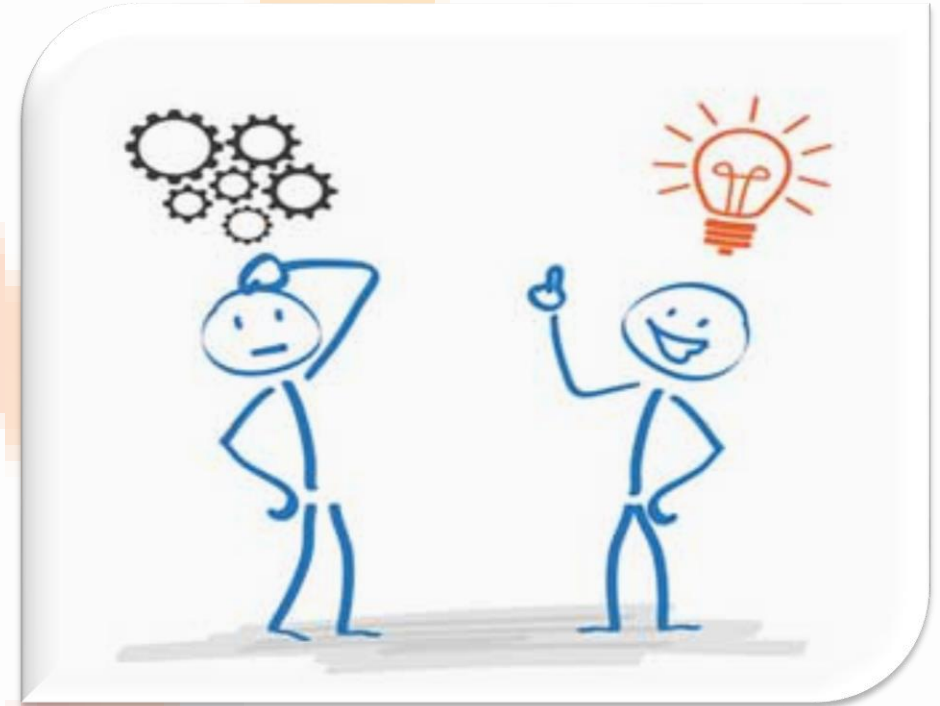
KOÇLUK NE DEĞİLDİR?

- Eğitimlik - Öğretmenlik
- Danışmanlık
- Mentörlük
- Psikolojik-Psikiyatrik Süreç
- Terapi
- Rehberlik
- Arkadaşlık değildir



Çözüm Odaklı Koçluk

- Değişim yönetimidir.
- Çözüm odaklıdır.
- Liderliği ortaya çıkartır.
- Farkındalık oluşturmaktır.
- Mevcut kaynakları harekete geçirir.
- Motivasyonun ortaya çıkmasını sağlar.
- Güçlü soru sormaktır.
- Etkili dinlemektir.
- Güven oluşturmaktır.
- Gelecek vizyonunun oluşmasında etkilidir.



Koçluğun Temel İlkeleri

- İnsanlar ihtiyaç duydukları bütün kaynaklara sahiptir.
- Hiç kimse yanlış ya da noksan değildir. Herkes şu anda gerçekleştirmekte olduklarını gerçekleştirmek üzere mükemmel bir şekilde hareket eder.
- Her davranışın arkasında olumlu bir niyet vardır.
- Değişim kaçınılmazdır.
- İnsanlar onlara sunulanlar arasından kendilerine en uygun olanı seçerler.
- İletişimin anlamı aldığınız cevaplardadır.
- Eğer istediğiniz cevabı alamıyorsanız, farklı bir şey yapın.
- Başarısızlık diye bir şey yoktur. Geribildirim vardır.
- Her sistemde en esnek olan parça en çok etkiyi yaratır.
- Harita arazinin kendisi değildir.

Koçun Başlangıç Çerçevesi

- Olumlu ifade edilmiş hedefler.
- **Ne istiyorsunuz?**
- Kendiliğinden başlatılmış, korunmuş hedefler.
- **Nasıl elde edeceksiniz?**
- Belirgin olarak hissedilen, sağlam ve davranışsal hedefler.
- **Bunu nasıl başarabilirsiniz?**
- Ekolojik ve tamamlanması için zamanı belirlenmiş hedefler.
- **Elde ettiğinizi nasıl anlayacaksınız?**

Koçluk;

Resmi Gazete'de ise şu şekilde tanımlanmaktadır: "Koç, ilgili yasal süreçler, kalite normları ve hizmet prosedürleri çerçevesinde; koçluk süreçlerinin iş organizasyonu ve süreç başlatma faaliyetlerini gerçekleştiren, koçluk sürecini yürüten ve bireysel mesleki gelişimini sağlayan nitelikli kişidir.

Koç, müşterilerin kişisel ve profesyonel potansiyelini gerçekleştirmeye yönelik farkındalık, gelişim ve çözüm seçeneklerini artırıcı ve bu yönde destekleyici çalışmalarını yürütür."



KOÇLUKTA TEMEL KAVRAMLAR NELERDİR?

BEDEN DİLİ:

- Kişiler arası iletişimde yüz ifadeleri, mimikler, bakış, baş, el, kol, bacak, ayak, duruş biçimi, ses tonu, konuşma tarzı gibi bedensel iletilerin bütünü,



KOÇLUKTA TEMEL KAVRAMLAR NELERDİR?

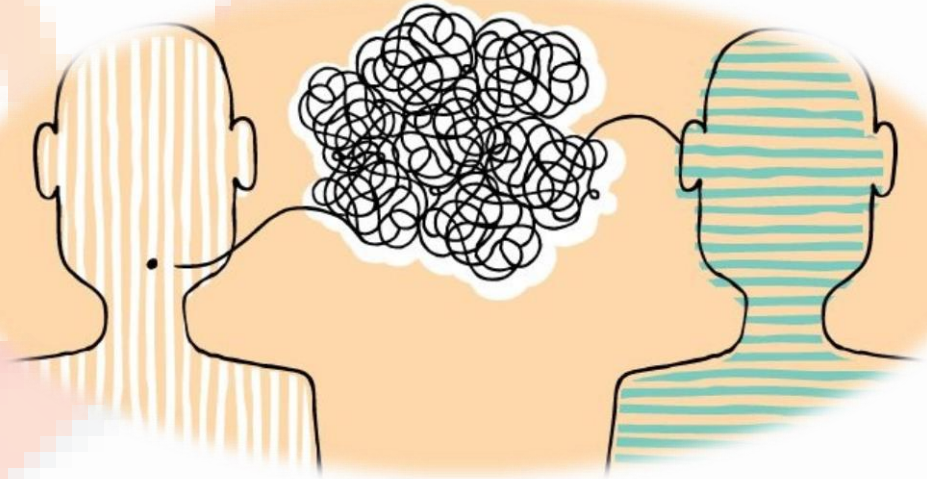
CANLANDIRMA:

Uygun koçluk teknikleriyle müşterinin ulaşmak istediği hedef anını yaşamasını sağlamayı,



ETKİN DİNLEME:

Müşterinin ifadelerinden sözlü ve sözsüz mesajlarını doğru biçimde alıp kendisine geri bildirim ve yansıtma yaparak iletmeyi,



KOÇLUKTA TEMEL KAVRAMLAR NELERDİR?

GİZLİLİK POLİTİKASI:

- Koçluk sürecinde müşteriyle ilgili elde ettiği kişisel veya kurumsal özel bilgileri müşterinin izni olmadan üçüncü şahıslarla paylaşmamayı,

GÖRÜŞME:

Koçluk hizmetinin verildiği oturumların her birini,



GÜÇLÜ SORULAR:



Müşterinin gelişim ve çözüm arayışında keşfetmesini, harekete geçmesini sağlayan ve düşünmeye sevk eden soruları,

ISCO: Uluslararası Standart Meslek Sınıflamasını,

İSG: İş Sağlığı ve Güvenliğini,

KOÇLUK GÜNDEMİ: Müşterinin görüşmelerde konuşmak ve netleştirmek istediği konuların her birini,

KOÇLUK HİZMETİ: İstenen performansa ve yaşam tatminine ulaşmak için koç ve müşteri arasında kurulan planlı gelişim ilişkisini,

METAFOR: İfadelerin etkisini ve kolay anlaşılmasını sağlamak için ilgi veya benzetme sonucu gerçek anlamının dışında kullanılan kavramı,

MÜŞTERİ: Koçluk hizmetinin verildiği kişiyi,

VİZYON ÇALIŞMASI: Canlandırma veya ilgili diğer tekniklerle kişinin gelecekte yaşamak istediği koşul ve durumları tanımlamasına yönelik koçluk çalışmasını,

YAŞAM ÇEMBERİ: Müşterinin yaşam alanlarını birlikte tasvir etmek için kullanılan koçluk aracını, ifade eder.

- **ISCO:** Uluslararası Standart Meslek Sınıflamasını,
- **İSG:** İş Sağlığı ve Güvenliğini,
- **KOÇLUK GÜNDEMİ:** Müşterinin görüşmelerde konuşmak ve netleştirmek istediği konuların her birini,
- **KOÇLUK HİZMETİ:** İstenen performansa ve yaşam tatminine ulaşmak için koç ve müşteri arasında kurulan planlı gelişim ilişkisini,
- **METAFOR:** İfadelerin etkisini ve kolay anlaşılmasını sağlamak için ilgi veya benzetme sonucu gerçek anlamının dışında kullanılan kavramı,
- **MÜŞTERİ:** Koçluk hizmetinin verildiği kişiyi,
- **VİZYON ÇALIŞMASI:** Canlandırma veya ilgili diğer tekniklerle kişinin gelecekte yaşamak istediği koşul ve durumları tanımlamasına yönelik koçluk çalışmasını,
- **YAŞAM ÇEMBERİ:** Müşterinin yaşam alanlarını birlikte tasvir etmek için kullanılan koçluk aracını, ifade eder.





Koçlar, her müşterinin yaratıcı, becerikli ve bütün olduğuna inanır. Bu temel üzerine kurulunca koçun sorumlulukları şunlardır:

- Müşterinin ulaşmasını istediği şeyleri keşfetmek, netleştirmek ve uyum sağlamak
- Müşterinin kendini keşfetmesi konusunda onu teşvik etmek
- Müşteri tarafından üretilen çözümleri ve stratejileri ortaya çıkarmak
- Müşteriyi sorumlu ve hesap verebilir tutmak
- Bu süreç, müşterilerin liderlik becerilerini geliştirir ve potansiyellerini ortaya çıkarırken, iş ve özel yaşamlarındaki durumlarını geliştirmelerine önemli ölçüde yardımcı olur.



Koç;



- Bireyin veya takımın, başkalarına karşı farkındalığını ve genel farkındalığı arttıran objektif değerlendirme ve gözlemleri sağlar
- Bireyin veya takımın koşullarını tam olarak anlamak için dinler
- Alternatifler ve fırsatları keşfetme, dikkatlice planlama ve karar verme süreçlerinde müşterisine aynalama yaparak yansıtır.
- Fırsatları ve potansiyeli görmesi için müşterisini destekler, kişisel gücü ve tutkularıyla orantılı şekilde zorluklara meydan okuması için teşvik eder.
- Yeni bakış açılarının ortaya çıkması için farklı şekilde düşünmeye teşvik eder.
- Karanlıkta kalmış farklı ve yeni olasılıkları aydınlatmak, alternatif senaryoların oluşturulmasını desteklemek için görülmeyeni görünür kılmaya destek olur.
- Gizlilik dahil, koçluk ilişkisinde tüm mesleki sınırları korur ve koçluk mesleğinin etik kurallarına uyar.

Müşteri:

- Koçluk gündemini oluşturur.
- Başkalarıyla ve kendisiyle ilgili farkındalığını arttırmak için değerlendirmeler ve gözlemler yapar.
- Kişisel ve/veya kurumsal başarıyı zihninde canlandırır ve öngörür.
- Kişisel kararlar ve eylemler için tam sorumluluk almayı kabul eder.
- Olasılıkları düşünme ve yeni bakış açılarını geliştirmek için koçluk sürecinden yararlanır.
- Kişisel amaç ve tutkularla uyumlu olacak şekilde cesurca harekete geçer.
- Büyük resim düşüncesi ve problem çözme becerileri ile birlikte etkileşime girer.
- Koç tarafından sağlanan araçları, kavramları, modelleri ve ilkeleri ele alarak, ileriye yönelik etkili eylemler yürütür.

Koçluktan Kimler Faydalanabilir?

Sizin veya şirketinizin koçluktan fayda sağlayıp, sağlamayacağını belirlemek için koçluk aldığınızda neleri başarmak istediğinizi özetleyerek başlayabilirsiniz. Bir birey ya da şirket, arzulanan sonuç hakkında oldukça net bir fikre sahip ise, koç ve müşteri işbirliği bu sonucun daha kolay nasıl elde edilebileceği konusunda strateji geliştirmeyi sağlayan faydalı bir araç olabilir. Koçluk bir ortaklık olduğuna göre, iş birliğini ve diğer yeni bakış açılarının nasıl değerlendirildiğini kendinize sorun. Ayrıca, kendinizin veya işletmenizin gerçek değişiklikler yapmaya yönelik zaman ve enerji ayırmaya hazır olup olmadığını sorun. Cevap evet ise, o zaman koçluk büyümek ve geliştirmek için faydalı bir yol olacaktır.



Bir koç ile görüşmek için sebepler nelerdir?

Bir kişi veya ekip, (bunlarla sınırlı olmaksızın) aşağıdakiler dahil, birçok nedenden dolayı bir koç ile görüşmeyi seçebilir:

- Acil veya mecburi bir durumun kişiyi zorlaması (sınırların zorlanması gereken bir durum, zorluk ya da fırsat),
- Bilgi, beceri, güven veya kaynaklarda bir eksiklik olması durumu,
- İstenen sonuçlara ulaşmayı hızlandırma arzusu,
- Net ve açık bir şekilde seçim yapılabilme eksikliğı,
- Başarının problemlı bir hal almaya başlaması,
- Öğrencinin başarı ve mutluluk dengesi ve kariyer seçiminde problemler ya da eksiklikler ortaya çıkması,
- İş ve özel yaşamda denge eksikliğinin istenmeyen sonuçlar doğurması,
- Temel güçlü yanların, bunların en iyi nasıl kullanılabileceğı ile birlikte tanımlanması gerekliliğı

Bir Koç ile Görüşmenin Faydaları

- Profesyonel Koçluk insanın hayatında birçok harika fayda yaratır; örneğin kişinin hayatındaki zorluklara farklı ve yeni açılardan bakmasını sağlar, karar verme becerilerini geliştirir, kişiler arası ilişkilerde etkinlik sağlar ve güveni artırır. Sadece bununla da kalmaz; koçluk almaya başlayıp devam edenlerin hayatında verimlilik, yaşam ve işinde memnuniyet ve ilgili hedeflere ulaşılması gibi konularda belirgin bir gelişme gözlenmiştir.

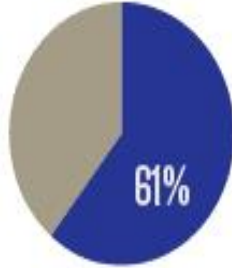


Artan Üretkenlik

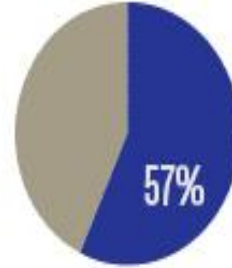
- Profesyonel koçluk kişinin potansiyelini en üst düzeye çıkarır ve dolayısıyla gizli üretkenlik kaynaklarının kilidini açar.



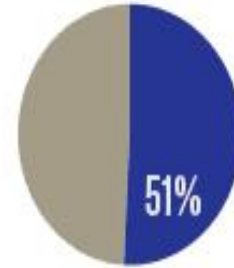
İş
performansında
artış



Yönetim
becerilerinde
gelişme



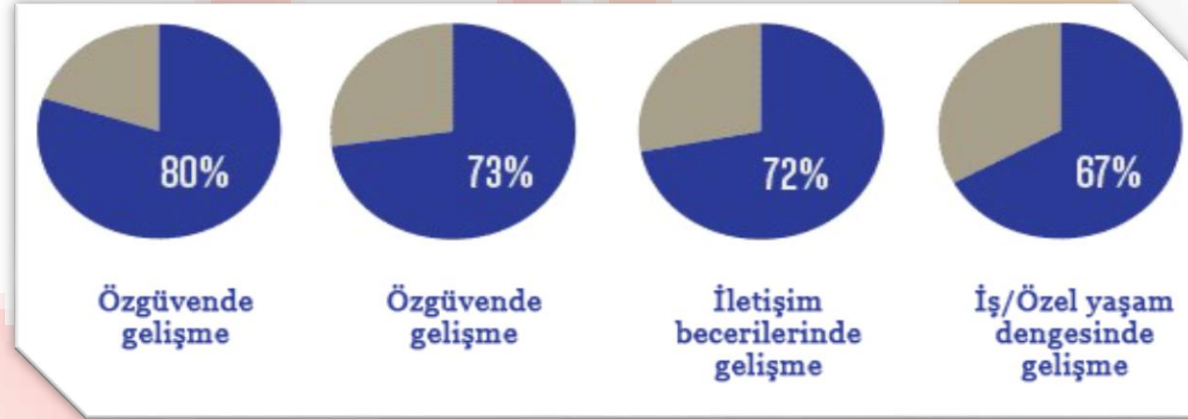
Zaman
yönetminde
iyileşme



Takım
çalışmasında
verimlilik

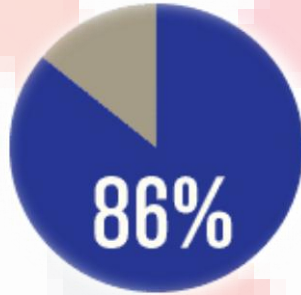
Olumlu insanlar

Organizasyonel talepleri karşılamak için zor ortamlarda çalışanlarda kendine güveni oluşturmak kritik önem taşır.



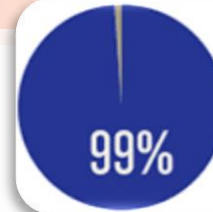
Yatırımın getirisi

- Koçluk, ölçülebilir sonuçlara odaklanarak ilerlemeye odaklanır. Şirketlerin büyük çoğunluğu (% 86) en azından yatırımlarının geri dönüşünü aldıklarını söylüyor.

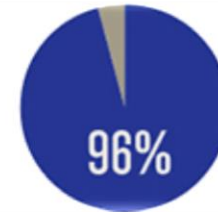


Memnun Müşteriler

- Bir koç ile görüşen hemen hemen tüm şirketler ve kişiler aldıkları hizmetten memnun olduklarını belirtmiştir.



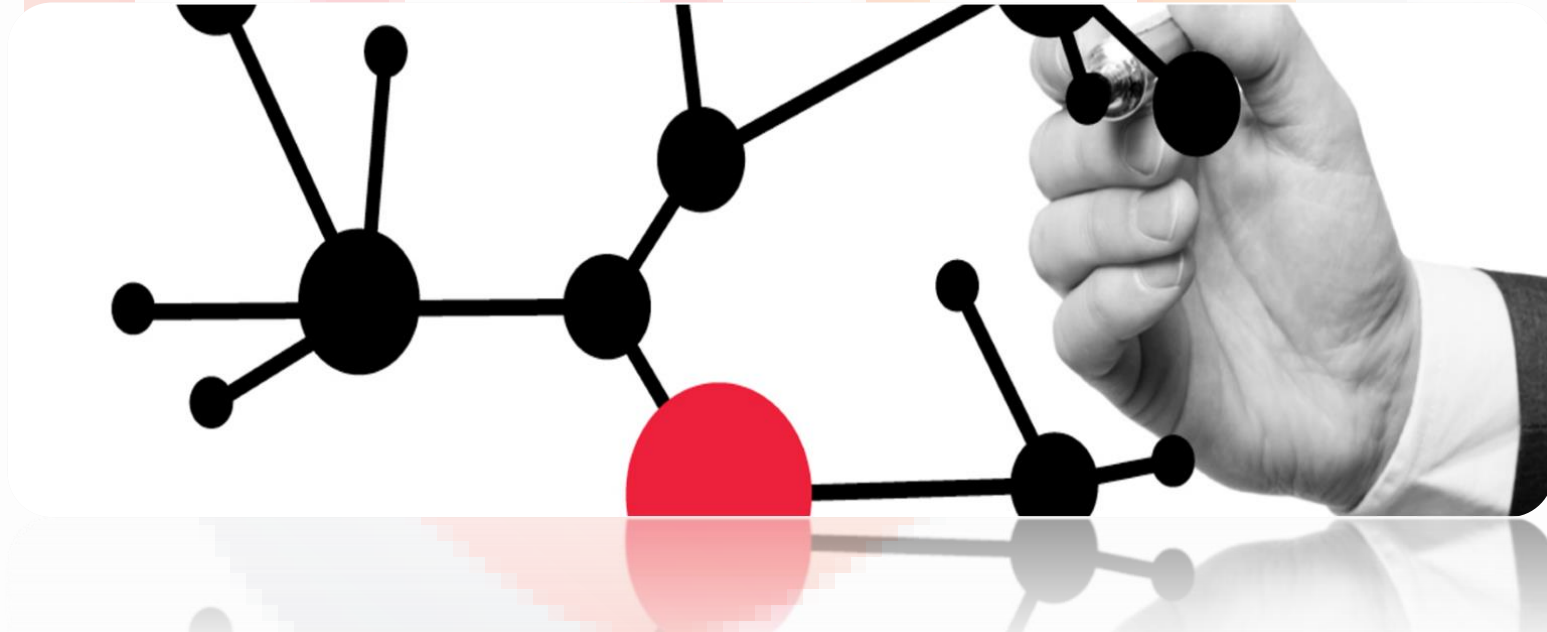
Genel değerlendirmede
"memnun" veya "çok
memnun" olduklarını
söyleyenler



Tekrar koçluk
alırım diyenler

Temel Koçluk Yetkinlikleri

- Aşağıda yer alan 11 temel koçluk yetkinlikleri tanımlanmış, günümüzde koçların kullandığı beceriler ve yaklaşımları anlamayı desteklemek için geliştirilmişlerdir. Ayrıca sizin deneyimlediğiniz eğitimle, alınması gereken koçluk temel eğitimi seviyesi arasındaki farkı azaltmak anlamında da size destek olmaktadır.
- Son olarak, bu yetkinlikler; uygulanacak sınavın temelini oluşturacaktır. Profesyonel koçluğu, müşterilerinin kişisel ve mesleki potansiyellerini en üst düzeye çıkarmak için yaratıcı bir süreç ortak olarak tanımlarız. Temel Yetkinlikler, dört grupta toplanmıştır. Gruplama ve bireysel yeterliliklerin ağırlıklarına bakılmamıştır – herhangi bir yetkili koçun göstereceği kritik öneme sahip olmak için herhangi bir öncelik göstermezler.



YAPIYI KURMAK

Temel Etik Kurallar ve Mesleki Standartlara Uymak

Koçluğun etik kuralları ve standartlarını anlamak ve bunları koçlukla ilgili tüm durumlarda en doğru şekilde uygulayabilmek.



1. Profesyonel Koçluğun İdari Standartları'na ait davranış kalıplarını anlar ve bunları uygular; Profesyonel Koçluğun Etik Kuralları'nın ana hatlarını anlar ve bunları takip eder.
2. Koçluk, danışmanlık, psikoterapi ve diğer destek amaçlı mesleklerin aralarındaki farklılıkları açıkça anlar,
3. Gerekli olduğu zaman müşteriyi başka destek alması gereken mesleklere yönlendirebilir, bunun zamanını bilir ve uygun kaynaklar hakkında da bilgisi vardır.

Koçluk Anlaşmasını Oluşturmak

Koçluk yapılacak konularda nelerin gerektiğini anlayabilmek ve müşteriyle koçluk süreci ve ilişkisi üzerinde anlaşma sağlamak.

1. Koçluk ilişkisinin ana hatları ve belirli parametrelerini anlar ve bunları müşteriyle tartışır (örn, lojistik, ücret, planlama, uygun olan başka parametrelerin eklenmesi),
2. İlişkide neyin uygun olup olmayacağı, neyin teklif edilip edilemeyeceği ve hem koç hem de müşterinin sorumlulukları üzerinde anlaşma sağlar,
3. Kendi koçluk yöntemi ve müşterinin ihtiyaçları arasında uyum olup olmadığını belirler.



İLİŞKİYİ BİRLİKTE VE EŞ ZAMANLI YARATMAK

Müşteri ile Güven ve Samimiyeti Oluşturmak

Sürekli ve karşılıklı saygı ve güven sağlayan destekleyici bir ortam yaratmak.

1. Müşterinin refah, sağlık ve mutluluk içinde yaşaması ve geleceği için içten ilgi gösterir,
2. Kişisel doğruluk, dürüstlük ve samimiyet sunar,
3. Açık anlaşmalar yapar ve sözlerini tutar,
4. Müşterinin algılaması, öğrenme şekli ve kişiliğine saygı duyar,
5. Risk alma ve başarısızlık korkusu da içeren yeni davranışlar ve hareketler için sürekli destek sağlar ve bunları teşvik eder,
6. Müşteriden kendisine hassas ve yeni alanlarda da koçluk yapmak için izin ister.



Koçun Varlığı

Açık, esnek ve güvenli bir tarz kullanarak, müşteriyle bilinçli ve doğal, kendiliğinden oluşan bir ilişki yaratabilmek.

1. Koçluk süreci boyunca varlık gösterir ve esnek olur, içinde bulunulan zaman dahilinde yol alır,
2. Sezgilere ve kişinin iç bilgeliğine güvenir – İç güdülerle hareket etmek
3. Bilmeme durumuna da açıktır ve risk alır,
4. Müşteriyle çalışmanın bir çok yolunu bulur ve gerektiği zamanlarda en uygun olanını seçer,
5. Biraz hafifleme ve enerji sağlamak için mizahı etkili olarak kullanır,
6. Hareket için yeni olasılıklar yaratarak bakış açılarını ve denemeleri güvenilir şekilde geliştirir,
7. Güçlü duygularla gizlilik sağlayarak çalışır, kendi kendini yönetmeyi sağlar ve müşterinin duygularından dolayı aşırı güç elde etmez ya da olumsuz bir duruma düşmez.

ETKİLİ İLETİŞİM

Aktif Dinleme



Müşterinin neyi söyleyip neyi söylemediği üzerinde odaklanmak, söylenenleri müşterinin istekleri dahilinde anlamak ve müşterinin kendi kendini ifade etmesine destek olmak.

1. Koç, müşterisi için kendi yarattığı gündeme değil, müşteriye ve onun gündemine katılır,
2. Olabilecek ve olamayacaklarla ilgili müşterinin endişelerini, hedeflerini, değerlerini ve inançlarını anlar,
3. Kelimeler, ses tonlamaları ve vücut dilini birbirinden ayrı değerlendirir,
4. Açıklık ve anlayışı pekiştirmek için müşterinin söylediklerini özetler, başka sözcüklerle anlatır, tekrarlar ve geri yansıtır,
5. Müşterinin duygu, sezgi, endişe, inanç ve önerilerini ifade etmesini cesaretlendirir, kabul eder, araştırır ve pekiştirir,
6. Müşterinin fikir ve önerilerini tamamlar ve yapılandırır,
7. Müşterinin anlatmak istediğini özetler ya da anlar ve uzun detaylı hikâyelerle zaman kaybetmek yerine, daha kolaylıkla istediğini anlatmasına yardımcı olur,
8. Müşterinin, sonraki adımlara ulaşmak için önyargısız ve eklemeler yapmadan durumu belirlemesini ya da açıklamasını ister.

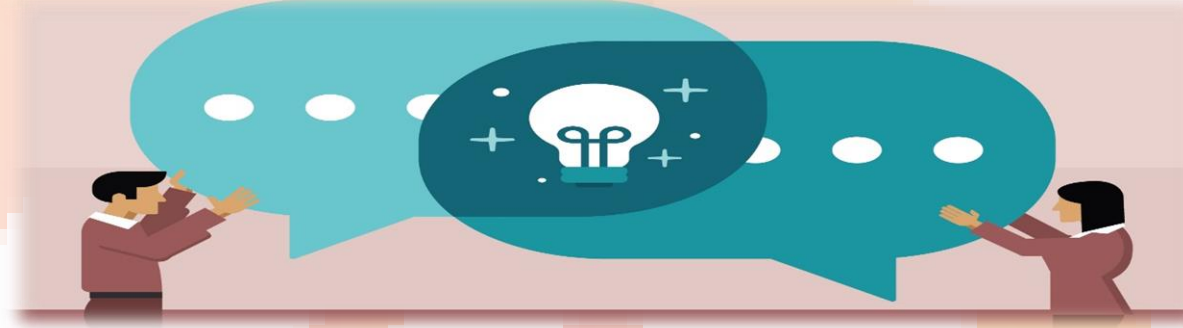
Güçlü Sorular Sorma



Koçluk ilişkisi ve müşteri adına en çok yarar sağlayacak bilgiyi elde edebilmek için güçlü sorular sorma yeteneğine sahip olmak.

1. Aktif olarak dinlediğini ve müşterinin bakış açısını anladığını belirten sorular sorar,
2. Keşif, içe bakış, verilen sözler ya da hareketi tetikleyici sorular sorar (örneğin, müşterinin varsayımlarını harekete geçiren şekilde),
3. Daha fazla açıklık, olasılık ya da yeni öğrenme şekilleri yaratacak açık uçlu sorular sorar,
4. Müşteriyi doğrulamak ya da geçmişe bakmasını sağlayacak sorular değil, arzu ettiklerine doğru ilerlemesini sağlayacak sorular sorar.

Direkt İletişim



Koçluk seanslarında etkili ve verimli iletişim sağlamak ve müşteri üzerinde en olumlu etkiyi oluşturacak dili kullanmak.

1. Geribildirim yaparken açık, net ve paylaşımcıdır,
2. Müşterinin emin olamadığı konularda başka bir bakış açısından bakması ve anlamasına yardım etmek için çerçeveleri belirler ve çok net ifadeler kullanır,
3. Koçluk amaçları, görüşme planlaması, kullanılacak teknikleri ya da alıştırmaları açıkça belirtir,
4. Müşteri için en uygun ve en saygın dili kullanır (örneğin cinsellik, ırk ayrımı, teknik terim, kaba lisan içermeyen diller gibi),
5. Bir noktayı resmedebilmek ya da kelimelerden oluşan resmi boyayabilmek için mecaz ve benzerlikleri kullanır.

ÖĞRENMEYİ KOLAYLAŞTIRMA VE SONUÇLAR

Farkındalığı Yaratma



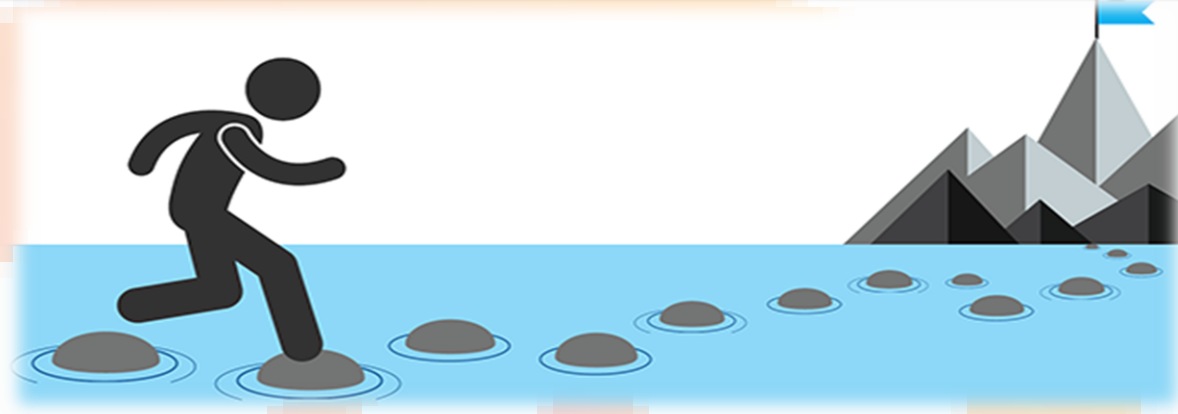
Birden fazla bilgi kaynağını bir araya getirmek ve değerlendirmek; müşterinin farkındalığını oluşturmak ve bu şekilde üzerinde anlaşılan sonuçlara ulaşmasına yardımcı olmak.

1. Müşterinin endişelerini değerlendirirken söylenenlerin ötesine geçer, müşterinin tanımlamalarına takılıp kalmaz,
2. Daha çok anlama, farkında olma ve açıkça ifade edebilme becerileri için sorgulamaya başvurur,
3. Müşteri için bilinçaltında yatan endişeleri, kendisini ve de dünyayı keşfetmenin tipik ve kesin yolları, gerçekler ve anlatılanlar arasındaki farkları, düşünce-duygu-hareket arasındaki eşitsizliği belirler,
4. Müşterinin, harekete geçmesine yardımcı olan ve kendisi için önemli olana ulaşmasını sağlayan yeni düşünceleri, inançları, sezgileri, duyguları ve ruh hallerini keşfetmesine yardımcı olur,
5. Müşteriyle derin bir bakış açısı ile iletişim kurar ve baktığı şeyleri görmesini geliştirmek için taahhüt verir,
6. Müşteriyi ve davranışlarını etkileyen farklı ve bağımsız etkenleri görmesini sağlar (örneğin düşünceler, duygular, vücut, altyapı),
7. Müşteri için kullanışlı ve anlamlı yöntemlerle anlayışını ifade edebilir,

Hareketleri Tasarlama

- Koçlukta ve iş/yaşam konularında müşteri ile birlikte öğrenmenin sürekli olarak devam etmesi için ve koçluk sonucunda ulaşılabilecek sonuçları etkileyecek yeni hareketleri yapabilmek için olasılıklar yaratmak.
1. Müşterinin yaptıklarını kanıtlayacağı, pratik yapacağı ve öğrenmesini derinleştireceği hareketleri belirlemek için beyin fırtınası yapar ve müşteriye yardımcı olur,
 2. Müşterinin odaklanmasına yardımcı olur; koçluk anlaşmasında üzerinde anlaşılmış belirli endişeler ve fırsatları sistemli olarak keşfetmesini sağlar,
 3. Alternatif fikirler ve çözümler araştırması, seçenekleri değerlendirmesi ve ilgili diğer kararları verebilmesi için müşteriden söz alır,
 4. Müşterinin hemen seanslar sonrasında tartışılan ve öğrenilen konuları iş yada özel yaşamında uygulayarak, aktif olarak deneme yapabilme ve kendi kendini keşfedebilmesini geliştirir,
 5. Müşterinin gelecekte oluşacak başarısını kutlar,
 6. Yeni fikirler üretmek ve harekete geçmeyi sağlayacak yeni olasılıklar bulmak için müşterinin bakış açısı ve varsayımlarını tetikler,
 7. Müşterinin hedefleri ile birebir uyuşan görüş açılarını savunur ya da bunları öne çıkarır ve -asla ekleme yapmadan- müşterinin bunları gözden geçirmesini sağlar,
 8. Koçluk seansında müşteriye “şimdi yapmalısın” şeklinde uyarıda bulunur ve tabii bu yolda sürekli destek olur,
 9. Gerilim ve meydan okumaları cesaretlendirir fakat aynı zamanda rahat bir öğrenme ortamı da sağlar.

Planlama ve Hedef Koyma



- Müşteriyle birlikte etkili bir koçluk planı yaratmak ve bunu korumak.
- Topladığı bilgileri bir araya getirerek, müşterinin endişeleri ile asıl öğrenme ve gelişme alanlarını belirten bir koçluk planı hazırlar ve gelişim hedeflerini müşteriyle birlikte oluşturur,
- Ulaşılabilir sonuçları olan, ölçülebilir, belirli konular üzerinde odaklanmış ve hedef tarihleri belirlenmiş bir plan yaratır,
- Koçluk sürecine uygun olarak durum değişiklikleri nedeni ile planlamada düzeltmeler yapar,
- Öğrenme için farklı kaynakları belirlemek ve bunlara girebilmek için müşteriye yardım eder (örneğin kitaplar, diğer mesleki kişiler),
- Müşteri için önem taşıyan erken başarıları belirler ve hedef olarak koyar.

Gelişimi ve Sorumluluğu Yönetme

Müşteri için önemli olan konu üzerinde yoğunlaşmak ve müşterinin harekete geçmesi için sorumluluğu vermek.

1. Müşteriden, kendisini hedeflerine götürecek hareketleri yapması için açıkça talepte bulunur,
2. Önceki seans/seanslarda müşterinin yapmak üzere söz verdiği hareketleri sorarak takipte olduğunu gösterir,
3. Önceki seans/seanslardan bu yana ne yaptıkları, ne yapmadıkları, öğrendikleri ya da farkına vardıklarını müşteriye bilgi olarak aktarır,
4. Seanslar sırasında elde ettiği bilgileri hazırlar, düzenler ve müşteriyle birlikte üzerinden geçer,
5. Seanslar arasında müşterinin takip edilen yolda kalması için koçluk planına ve sonuçlara dikkat etmesini, üzerinde anlaşılan hareketleri yapmasını ve bir sonraki seans için konu başlığı belirlemesini sağlar,
6. Koçluk planına odaklanırken, koçluk sürecine bağlı kalarak davranış ve hareketleri düzeltir ve seanslar sırasında ilerlemeler sağlar,
7. Müşterinin büyük resimde yol aldığı yer, bulunulan zamanda tartışılan konular ve nereye gitmek istediği arasında ileri ve gerekirse geri hamleler yapar,
8. Müşterinin kendi kendine disiplin kurmasını sağlar; yapacakları ile ilgili söyledikleri, yapılan hareketin sonuçları ya da zaman belirtilmiş belirli bir plan için müşteriye sorumlu tutar,
9. Müşterinin karar verme, kilit konuları belirleme ve kendisini geliştirme becerilerini geliştirir (geribildirim almak için, öncelikleri belirlemek ve öğrenme yöntemini belirlemek için, deneyimleri yansıtabilmek ve deneyimlerden bir şeyler öğrenmek için),
10. 10. Müşteri, karşılıklı anlaşma sağlanarak yapılacağına karar verilen hareketleri yapmazsa, olumlu bir yaklaşımla onunla yüzleşir.

KOÇLUKTA TEMEL PRENSİPLER

1. Uyum- Fiziksel ve duygulanım olarak kendimizle, diğer insanlarla ve çevre ile uyum içinde olmak
2. Ne istediğini bilmek - Yaşam hedeflerimizi ve yaşamdan beklentilerimizi doğru olarak koyabilmek.
3. Duyusal algıların farkında olmak - Gerçekte olanı olduğu gibi görmek, duymak, hissetmek.
4. Davranış esnekliği gösterebilmek - Her durumda davranış olarak seçebileceğimiz sınırsız seçeneklerimiz vardır.

KOÇLUKTA ETİK İLKELER NELER OLMALIDIR?

- **Koçlukta olmazsa olmaz etik ilkeler nelerdir?**
- Koç, Resmi Gazete’de yer alan “Ulusal Meslek Standardı”nda bulunan ilkelere uymakla mükelleftir.
- Tüm profesyonel iş yaşamına ait meslek gruplarında olduğu gibi koçlukta da temel etik ilkeler vardır. Uluslararası Koçluk Dernekleri ve Türkiye’deki dernekler genel itibariyle birbirine benzer etik kuralları oluştururlar. Bütün bu etik kralları incelediğimizde koçun temel etik ilkelerini dört madde altında toplayabiliriz. Bu değerler aslında insan iletişiminin içinde yer alan temel bakış açılarını da kapsamaktadır. Bunlar;
 - 1- Güvenilirlik ilkesi.
 - 2- Yeterlilik İlkesi.
 - 3- Dürüstlük ilkesi.
 - 4- Saygı-Saygın olmak ilkesi.

1- Güvenilirlik İlkesi



- Güvenilir olmak her meslek için önemli olduğu gibi koçlukta da önem taşır. Koçluk alan kişi koça güvenebilmelidir. Koçun duruşu ve ahlaki yapısı güven ortamını pekiştirir. Güven zamanla tesis edilir. Kendini güvende hissetmeyen müşteri, görüşmelerden verim elde etmez ve zamanla koçluk hizmetinden vazgeçebilir.
- Koç, koçluk alan kişi ile yapmış olduğu anlaşmalara riayet etmelidir. Randevu saatlerine uymalıdır. Kimseleri gereksiz yere bekletmemeli. Bekletmesi zorunlu olan hallerde bilgilendirme yapmalıdır. Bilinmeli ki, insanların güvenini sarsan en önemli göstergelerden biri de buluşma saatinde randevuya geç kalmak / bekletmektir.
- Koç, koçluk alan kişiye ait bilgileri gizli tutmalı. Bir başkasıyla paylaşmamalıdır.

2- Yeterlilik İlkesi

- Koç, yeterli, bilgi ve birikime sahip olmakla mükelleftir. Yeterli donanıma sahip olan koç, koçluk alan kişiye en iyi hizmeti sunar. Koçluk alan, koğun kendisi için gayret sarf ettiğini ve kendine değer verdiğini hissetmelidir.
- Koç, kendini geliştirmeli ve gelişimlere açık olmalıdır. Koç, bilgiye ve ilişkiye aç olmalı. Her yeni insanın kendi için yeni bir tecrübe olduğunun bilinciyle hareket etmeli. Çevresini ve ilişkilerini geliştirmelidir.
- Koç, sınırlarının farkındadır. Kendi şahsi sorunlarını, görüşmelere taşımamalıdır. Süreç sırasında yeterli olmadığı duygusuna kapıldığı noktada, ya süpervizyon almalı ya da müşterisini başka bir uzmana yönlendirmelidir. Koçluk alan kişiye yeterli olmadığı noktada görüşmeyi sonlandırmalıdır.



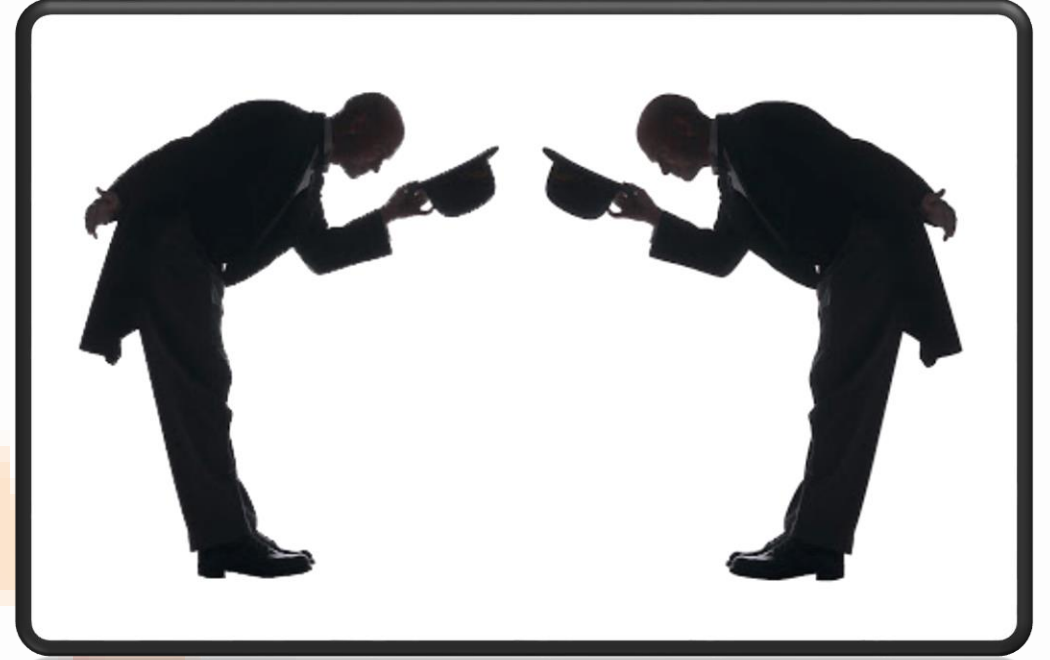
3- Dürüstlük İlkesi

- Koç, önce kendine karşı dürüst olmalıdır. Kendinde bulunan meziyetleri, bilgi, birikim ve becerileri bilmelidir. Eksik olduğu hususları tamamlamalı veya donanımlarını geliştirmelidir. Kendini olduğunda farklı göstermemeli. Kendi ilgi alanı dışındaki konularda “biliyormuşçasına” hareket etmemelidir.
- Koçluk alan kişinin gözünü süsleyecek beyanlardan kaçınmalıdır. Yanlış bilgi, reklam yapmamalıdır. Yapabilecekleri ve yapamayacaklarını ne kadar dürüstçe ortaya koyarsa, o kadar güven ortamını artırır.



4- Saygı İlkesi

- Kendine saygısı olan, başkalarına da saygı gösterir.
- Koç; kendine, koçluk alan kişiye ve mesleğine saygı gösterir. Koç, sosyal mesafeye ve kişisel alana dikkat eder. Koçluk alan kişi ile özel ilişkiye girmez (Maddi, duygusal, cinsel... vs).
- Din, dil, ırk, cinsiyet... vs ayrımlara girmez. Kendi görüş ve fikirlerini koçluk alan kişiye dikte etmeye çalışmaz. Adına ve mesleğine zarar getirecek davranışlardan kaçınır.
- Tutarlı davranır, her ne şart olursa olsun, saygı çerçevesinin dışına çıkmaz.
- Profesyonel Koçun sahip olması gereken etik değerler nelerdir?
- Öncelikle müşterinin insan olması özelinde tüm insanı hak ve değerlerin ve iletişim kalibrasyonlarının bilinciyle hareket etmeli. Gizlilik ilkesine uymalı. Koçluk alan kişinin kimliğini başkalarına duyurmamalı. Görüşülenleri bir başkasıyla paylaşmamalı. Kendi çözüme ulaştıramayacağı, çalışmanın uygun olmadığı vakaları, bir başka uzmana (koç, psikolojik danışman, psikolog, psikiyatr, diyetisyen vs) yönlendirebilmeli. Verdiği sözleri tutmalı, sorumluluk bilinciyle hareket etmeli. Koçluk alan kişi ile özel ilişkiye (maddi, cinsel, duygusal... vs) girmemeli. Koçluk alan kişiye bilgilendirmesini düzgün yapmalı. Biten / bitmesi gereken görüşmeleri düzgün bir şekilde sonlandırmalı. - Yeterliliklerinin / Yetersizliklerinin farkında olmalı.



BEYİN VE ZİHİN

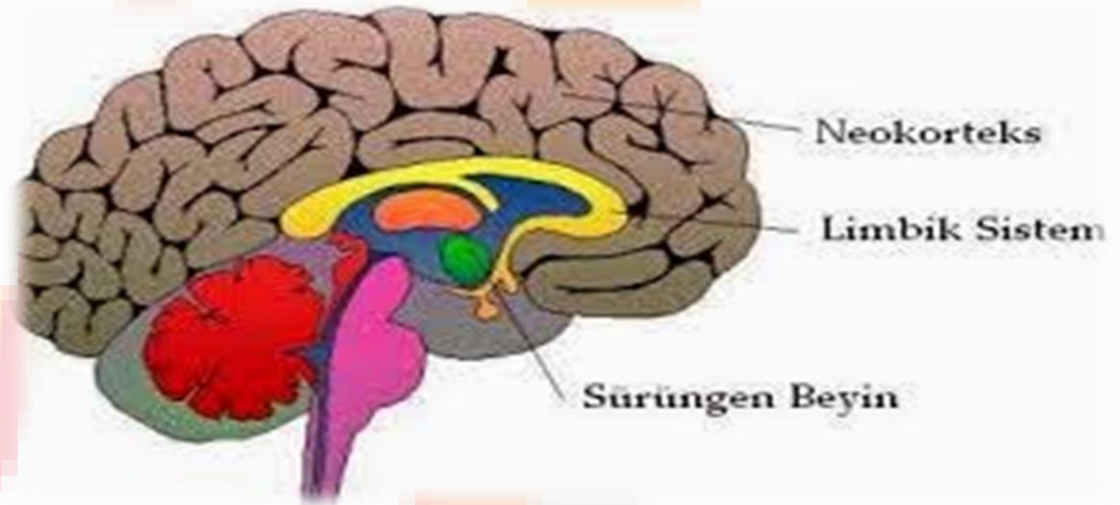
Koçluk eğitimine neden beynin işleyişini anlatarak başlıyoruz?

- Beynin işleyişini anlamak insanlara kendi sınırlarının ötesinde güçlü ve zengin kaynaklar sunmaya yardımcı olur. Bu nedenle koçluk eğitimine beynimizi, beynin farklı alanlarının işlevlerini ve zihnimizi daha yakından tanıyarak başlıyoruz. Beynin üç sistemi her koç için önemli ve yararlı bir bilgidir. Koçlukla dönüşüm yaratmak için bu bilgiden yararlanılmaktadır.
- Farklı beyin sistemleri olduğunu bilmek ve bu sistemlerin hayattaki yerlerini gözlemlemek bir koç için önemlidir. Bu sistemler ayrıca bireylerin kullandığı dilsel ifadelerde ve kendilerine oluşturdukları bireysel kimliklerde de etkili olacaktır. Bu nedenle sözel bir ifadenin ardında beynin hangi sisteminin ağırlıklı olarak işlediğini fark edebilmek bir koçun geliştirmesi gereken bir beceridir.
- Beynin işleyişini bilmek esneklik ve gelişme sağlar.
- Beynin farklı alanları temel fonksiyonlarının Ötesinde hem kendileri hem de bütün sistem için yeni bir zekâ düzeyi sunar. Beyin sistemimiz çok farklı nörolojik boyutlarda çalışır ve en güçlü olan sistem, altında işleyen herhangi bir sistemin yerini alabilir. Görsel beyin, sistemin en güçlüsüdür.

Beynin Fonksiyonları

Etkin bir koç olmak için beyni ve gerçekten çok etkili olan "beyin işleyiş" alışkanlıklarını anlamak önemlidir. Eşsiz fonksiyonlara sahip üç fiziki beyin ve akıl sistemimiz vardır.

- Sürüngen Beyin (Reptilian)
- Duygusal Beyin (Limbik Sistem)
- Görsel Beyin (Entellektüel Korteks)



Beynin Üç Sistemi

- Bu bölümde, birbirinden oldukça farklı bilgileri düzenleyen bu üç beyin sisteminin fonksiyonlarını inceleyeceğiz. Beyin sistemlerini iyi tanımak kullanıldıkları zaman onları kolaylıkla fark etmemizi sağlar. Böylece ne zaman, hangi sistemin hâkimiyeti ele geçirdiğini görebiliriz.
- Beynimizde, her hangi bir anda, ağırlıklı hangi sistemi kullandığımızı bilmek bir koç olarak bize bazı kolaylıklar sağlayacaktır. Öncelikle farkındalığımızı ve dikkatimizi arttırır. Ayrıca beynin üç sistemi arasındaki geçişimizi gözlemleyebilir ve geçişler üzerinde bir kontrol oluşturabiliriz. Yani koçluk eğitiminin ilk aşaması hangi beynimizle düşündüğümüzü fark etmekle başlayacaktır. Böylece dikkatimizi daha etkin nasıl kullanabileceğimizi keşfedebiliriz. Beynimizin işleyiş alışkanlıklarını! değiştirebiliriz. Böylece eskiden bizi kontrol eden akıl bölümlerini biz kontrol etmeye başlayabiliriz.
- Koçluğun temelleri arasında yer alan "herkes ihtiyaç duyduğu kaynaklara sahiptir" ilkesi üçlü beyin sisteminden beslenmektedir. Etkili koçlar bu bilgiyi özümseyerek uygulamaya geçirmiş kişilerdir.

SÜRÜNGEN BEYİN

- Sürüngen beyin omurganın üstündeki beyin sapında meydana gelmiş minik genişliktir. Yukarıdaki çizime bakıldığında küçük kalınlaşmayı görmek mümkündür. Beynin bu bölümü en eski beyin sistemidir, yaşının 100 milyon yıldan fazla olduğu tahmin edilmektedir. Fonksiyonlarının birçoğunu dinozorlarla hatta belki daha eski yaşam formlarıyla geliştirmiş olmalıdır. Tıp dilinde "reptilian" adı verilen bu beyin acil hareket kabiliyeti açısından çok önemlidir. Gücünü herhangi bir tehdit karşısında aniden hareket edebilmesinden alır. Eğer elinizi yanlışlıkla kaynamakta olan bir suya değdirirseniz, bu beyin sistemi, daha düşünmeye vakit kalmadan elinizi çekmenizi sağlar. Fiziki bedenin bir parçası olarak bu sistem bizi ya savaşmaya ya da kaçmaya yönlendirir.

DUYGUSAL BEYİN

- Duygusal beyin, limbik sistem olarak da adlandırılır. Koçluk disiplini içinde bizler daha çok duygusal beyin olarak adlandırmaktayız. Beyin sistemimizin sürüngen beyinden bir sonraki önemli gelişme aşamasını oluşturmuştur. Sayfa 2'deki şekilde duygusal beyin, sürüngen beyni nasıl minik bir eldivenmişçesine sarmış olduğuna dikkat edelim. Bu duruş aynı zamanda iki beyin sisteminin uyumlu çalışma eğilimini de göstermektedir.
- Duygusal beyin en az 50 milyon yıl önce dinozor döneminin sonuna doğru gelişmeye başlayan temei memeli beynidir. Memelilerin %98'inde vardır; yani insanların, köpeklerin, kedilerin ve yunusların ortak özelliğidir. Ev hayvanlarından bu kadar keyif almamızın bir nedeni de aynı beyni taşıyor olmamızdır.
- Duygusal ve sürüngen beyin birbirine bağlıdır. Uyumlu bir şekilde birlikte çalışırlar. Her iki beyin sistemi en az 50 milyon yıldır; memeliler dünya üzerinde yaşamaya başladığından beri beraber gelişmişlerdir, böylece uyumlu ve rahat bir ilişki kurmuşlardır. İkisi birlikte fiziki ve duygusal farkındalığı birbirine bağlarlar.
- Duygusal beyine sahip varlıkların ortak özelliği duygusallıktır. Hayvanların da duyguları vardır. Aynı bizim yaptığımız gibi severler ve yavrularını beslerler. Heyecan duyarlar. Duygusal nedenlerle; korumak, öğretmek ve yönetmek için harekete geçerler. Sürüler halinde yaşamak bu beyni kullanmanın getirdiği bir eylemdir.

GÖRSEL BEYİN

- Gelişen üçüncü beyin olan ve "Neo-korteks" olarak da adlandırılan entelektüel korteks sistemi beyin boşluğunun büyük bir alanını kaplar. Geniş, karmaşık entelektüel kortekse koçluk çalışmalarında görsel beyin diyoruz. Beynin ön lobları gelecek görüntüsü oluşturma yeteneğine sahiptir. Görsel beyin bir düşünceyi görsel olarak yapılandırma konusundaki inanılmaz becerisi sayesinde duygusal sistemden bin kat daha esnektir. Bu sistemde bulunan nöronlar sınırsız evrendeki yıldız sayısından bile çoktur. Hem görüntü olarak hem de işlevleri açısından tanımlanması zor olan bu sistem, aslında seçenekleri çoğaltmamızı sağlar, bizi görsel yansımalara ve görsel mantığa yönlendirir.



Öğrenmenin Dört Aşaması

Bir koç neden öğrenme aşamaları konusunda çalışır?

- Öğrenmenin farklı aşamaları olduğunu bilmek müşterinin öğrenmenin hangi aşamasında olduğunu fark etmesini sağlar. Böylece öğrenme motivasyonu ve özdisiplin farkındalığı artar. Koç, müşteriye öğrenme süreci boyunca destekleyerek müşterinin ruh halini yönetmesini sağlar. Bu nedenlerle koçluk eğitiminde öğrenme aşamalarıyla ilgili bilgilere yer verilmektedir. Müşteriniz yeni bir beceri edinmek isterken, yeni bir alıştırmada problem yaşarken bu dört dönemi göstermek yararlı olur. Bu dört adım ister bisiklete binmek, isterse yeni bir bilgisayar programı öğrenmek olsun yeni bir beceri geliştirirken aşamaları göstermek için kullanılabilir.
- Öğrenme sınırı algılanan kaynaklarla, algılanan zorlukların hemen hemen aynı olduğu alandır.
- Endişe Alanı algılanan zorlukları, algılanan kaynaklardan çok daha fazla olduğu durumlardır.



Bilinçsiz yeterlilik

Bilinçli yeterlilik

Bilinçli yetersizlik

Bilinçsiz yetersizlik

Bilinçsiz yetersizlik

Bilinçsiz Yetersizlik- Bilmediğimi Bilmiyorum

- Müşterinin neyi bilmediğini bilmediği durumdur. Müşterinize şimdi neyi yapmayı iyi bildiğini sorun. Müşterinizin hayatında en azından bir kere yaptığı bir şey hakkında hiçbir bilgisi yoktur ve hatta bunu bilmediğinin farkında bile değildir.
- Örnek bisiklete binmek veya araba kullanmak, zihinden çarpma işlemi yapmak, çay içmek her şey.
- Önce öğreneceğimiz konuyu öğrenmeye ihtiyaç duyduğumuzu bilmeyiz, örneğin çok küçük bir çocuk için bisiklet, henüz yaşı gelmeyen biri için araba kullanmayı öğrenmek henüz gereksinim değildir. Bilgiye gereksinimi yoktur bu konuda bir yeteneği de yoktur. Bilinçsiz yetersizlik söz konusudur.

Bilinçli Yetersizlik - Bilmediğimi Biliyorum

- Sonra öğrenme sürecinin ilk aşaması başlar ve önce sınırlarımızı fark ederiz, bu aşamada tehlikeli olan eksik olduğumuz alanları görürüz bu yapamayacağımız şeyler konusunda bizi kısıtlayıcı inançları çok kolay oluşturabileceğimiz bir aşamadır. Bilgiyi alırız ancak henüz yapmaya ilişkin, uygulamaya ilişkin yetenek söz konusu değildir
- Bu aşamada müşteriniz, becerilerini uygular ama bu konuda iyi olmadığını bilir. Bu evre zorlayıcı olmakla birlikte müşteri bu dönemde hızlı bir şekilde öğrenecektir, çünkü bir konuda ne kadar az biliyorsa o konuda gelişmeyen o kadar çok yeri vardır.
- Örneğin, birisine bu aşamada "sen yapamazsın yeteneğin yok, beceremiyorsun vb" cümlelerle yaklaştığımızda olumsuz mesaj, ve kısıtlayıcı inanç oluşturabiliriz. Öğrenmenin en yoğun olduğu aşamadır çünkü uygulamaya geçme arzusu güçlü bir motive edici faktördür.

Bilinçli Yeterlilik- Bildiğimi Biliyorum

- Burada müşterinin bir becerisi vardır ama tam uyum sağlayamamıştır ve alışkanlığa dönüşmemiştir, kalıcı değildir. Bu evrede müşterinin yoğunlaşmaya gereksinimi vardır. Gelişme ne kadar zorlayıcı olursa olsun bu yine de öğrenme sürecinin tatmin edici bir dönemidir. Temel olarak müşteri bir şeyi ne kadar kolay elde ediyorsa faydayı o kadar az fark eder.
- Bu aşamada bisikleti, arabayı dikkatli kullanırız ve her aşamanın farkındayızdır. Yetenek de vardır, bilgi de. Beceri gelişmiştir ancak henüz ustalık yoktur. Öğrenmenin bu aşaması ben bilirim diyerek öğrenmeyi kesme eğilimde olduğumuz aşamadır, Öğrenmenin en tehlikeli aşamasıdır. Bu noktada bırakırsak nörolojik yollar henüz tamamlanmadığı için unutma, yolun kaybolması daha kolaydır. Örnekler araba kullanırken, bisiklet kullanırken, yeni bir bilgiyi uygularken sürekli farkında olarak, kontrol ederek ve bilinçle yaparız. Çocuk yemek yemeyi öğrenirken farkındalıkla yapar. Öğrenci bir konuyu öğrenme aşamasında sık sık notlarına bakmak durumundadır, tekrara gereksinim vardır. Bir kez o konuya ilişkin nörolojik yollar oluştuğu zaman, yeterince uygulandığı zaman artık otomatik hale gelir.

Bilinçsiz Yeterlilik - Bildiğimi Bilmiyorum

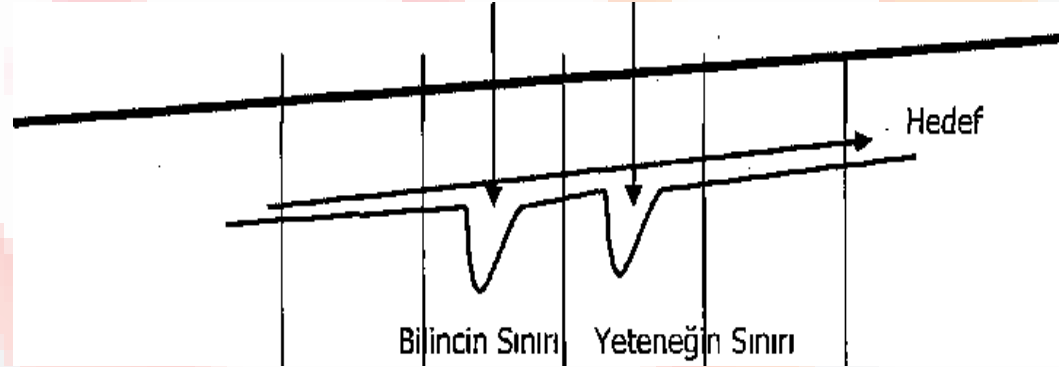
- Bu durumda müşterinin becerileri davranış haline gelmiştir ya da otomatiktir. Bu nedenle müşteri bu beceriyi sergilerken bilinçli beyni farklı şeyler üzerinde odaklanır. Akılımızın gözüyle bu aşamaları birer basamak gibi görebiliriz. En zor basamak ikincisidir.
- Amacımız öğrenmeyi bu noktaya getirmek, nasıl yaptığımız düşünmeden doğal olarak otonom sistemin kontrolünde yapacaklarımızı yapabilmektir. Bir kez bilinçsiz yeterlilik aşamasına gelen bir bilgi için artık düşünmeye gerek kalmaz otomatik olarak uygulamaya, yaşama, eyleme geçer. Yıllarca araba, bisiklet kullanan birisi gaza, pedala nasıl basacağım diye düşünmez. Uzun bir süre kullanmasın, sonra kullandığında hemen bilgi çok kolay geri gelir ve rahatlıkla kullanır.
- Bilinçsiz yetersizlik aşamasında bir bilgiyi almaya başlarken, yapmayı planladığımız işe, hedefe göre bir beklenti oluştururuz. O beklentiye göre bilgiyi öğrenme aşamasında yeteneklerimiz henüz gelişmediği için o ana kadar sahip olduğumuz kapasitenin sınırları ile kendimizi kısıtlı hissederiz. Bu nokta, bazı kişilerin motivasyonunun kırılma ve öğrenme sürecinde daha ileri gitmeme noktasına gelmesine neden olabilir. Burada önemli olan o noktada "ben yapamıyorum beceremiyorum" aşamasında umutsuzluğa kapılmamaktır.

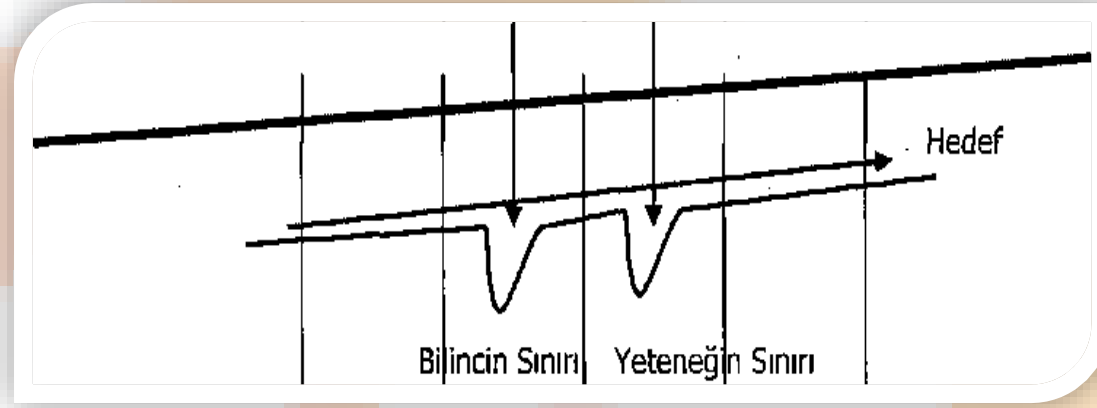
- Öğrenmenin başında en büyük engel bu alandır. Toplumda kısıtlayıcı olarak yerleşmiş bazı inanışlar veya yakın çevrenin, ailenin, eğitmenin bu noktadaki tutumu öğrenen konumunda olan kişiyi bu noktadan ileri götürmekte veya geri kalmasına neden olmakta çok önemli bir rol oynar, "sen yapamazsın, yeteneğin yok, kafan çalışmıyor veya başkaları ile kıyaslamalar" veya kişinin daha önce kendi yaşadığı benzer bir alanda deneyimi "o zaman da yapamamıştım ben yapamam" bu noktada o konudan soğumaya ve tamamen bırakmaya neden olabilir. O nedenle ilgi duyulan konularda bu zorlayıcı aşamanın kolay geçilmesinde, konuyu sevmek, eğitmeni sevmek, eğlenmek, keyif almak gibi faktörler sınırların aşıldığı bu alanı atlamada çok büyük önem taşır. Bilinçli yeterlilik aşamasında uygulama sürecine geçerken de benzer bir sorunla karşılaşılır, bazıları için bu çok kısa bir zaman diliminde aşılırken bazıları için daha uzun zaman diliminde aşılabılır bu noktada yaşanan "yapmaya başladım ama beceremedim ben zaten ya da sen zaten ..." ile başlayan cümlelerle yine süreci bırakmaya yönelik dürtülerin ortaya çıkmasıdır. Bilinçli yeterlilikte kırılma noktası geçilip yapma ve başarılı olma duygusu olduğu andan itibaren her şey çok daha farklı olur. Bu noktada önemli olan bir başka şey de "ben biliyorum, oldum" noktasıdır ki bu da kişinin bilinçsiz yetersizlik aşamasına geçmesine engel olabilir. Yeteri kadar uygulama, nörolojik yolların gelişimi, kullanılır hale gelmesi ile bu aşamaya geçildikten sonra ise artık öğrenme bilinçaltı düzeye taşınmıştır. Giderek gerçekleşen performans beklentiye yaklaşır.
- Öğrendiği alana alt kimliğinde mükemmelliyetçilik önemli bir değer olan kişilerin beklenti çizgisi baştan çok yüksek ise genellikle sorun yaşanır, başlar ve daha başlangıçta "ben beklenti noktama çıkamayacağım" endişesi devreye girdiğinde hemen vaz geçer. Mükemmel olmayacaksa hiç almasın veya yetenek geliştirme aşamasında beklenti alanı çok büyük olduğu için motivasyon kırılır ve ulaşamayacağım kaygısı öğrenme ve uygulama sürecinin önüne geçer.
- Aynı şablon yapmaya çalıştığımız pek çok sürece uygulanabilir örneğin kilo verme, spor yapma, hedeflenen bir işi başarma.

Bilinçli Yetersizlik

- Birçok kişi yeni bir beceri geliştirirken noksanlıklarını geride bırakmakta zorlanır. Bu zor aşamadan geçerken müşterimizin içsel değerlerini korumasına yardımcı olmamız gerekir.
- Bu yolda her zaman "ileri doğru düşeriz". Her gelişme noktasında zafer ilan edin ve devam edin. Eğer bir şey, öğrenmeye değerse başlangıçta başarısız olmaya da değecektir.

Mükemmellik Çizgisi





- Birçok kişi yapmak istedikleri şeylerin mükemmel olmasını ister ve gözünde, düşüncesinin resminde o konuya ilişkin mükemmel bir resim oluşturur. Öğrenmenin ilk aşamasında bu çizgiye bakıp bulunduğu yer ile mükemmel hedefini kıyasladığında daha başında yapmaktan vazgeçer. Bu durumda hedefe giden yolun basamaklardan oluştuğu ve adım adım hedefe yaklaşılabacağını müşteri ile paylaşmak ve bu konuda onu desteklemek, ustalık yürüyüşü uygulaması yaptırmak yararlı olur.
- Bu bilgiler ışığında temel koçluk becerilerini daha da farklı bir bakış açısıyla değerlendirmeye başlayacaksınız.

Dil Sistemi ve Bireysel Kimlik

- Bir işitsel süreç birbirine bağlı kısa süreçlerin birleşmesinden oluşur. İşitsel bir süreç yalnızca içinde bulunulan anı takip eder, bir cümle şu an kadar kısadır. Bu sistemin çalışma düzeneği seslendirme ile başlar ve her seferinde bir cümle halinde iletişim kapısından geçer. Dolayısıyla bir süre sonra paylaştığımız bilgilerin sayısını sınırlandırır. Farklı ses tonları kullanmak hem içsel olarak kendi kendimizle hem de çevremizle iletişimimizde işitsel sistemin yavaş çalışmasına neden olur. Bu yavaşlama talep edilen ve alınması gereken bilginin alınamamasına neden olur. Bu durumda konuşmacının ses tonlamalarına, sesinde hissedilen duygusal iniş çıkışlara daha fazla dikkat ederek sanki daha çok duymaya çalışırız.
- Bilgisayarlar birbirimizle yaygın iletişim kurma öncülüğünü aldığından beri işitsel sistem de değişmeye başlamıştır. Birbirimize gönderdiğimiz e-postaları indirip okuyoruz ve giderek söz akışında ses tonlarının egemenliğine daha az bağımlı oluyoruz.
- İşitsel sistem, tonsal olduğu ve bizi memeli, duygusal, iletişimse! sistemlerimize bağladığı için küçük detayların, anlık duygusal değişimlerin ve süregelen ilişki konularının farkında olmamızı sağlar. Eğer ailemizle tatildeyseniz ve orada biriyle konuşuyorsanız ya da bir nedenle güvenimizi sorguladığımız bir anda konuşmamız gerekirse çok farklı ses tonları kullanırız. Bu detaylar çok önemli olabilir. Bununla birlikte bir ilişkinin detayları, o anda uğraştığımız iş ile uyumlu değilse kendimizi olayın dışında bulabiliriz.
- İlişkiler, "bu" veya "şu" arasında kalıyorsa duygusal ya da ilkel beyin "açık-kapalı" (on-off) durumundadır. Eğer ilişkilerimizin ayrıntıları, dikkatimizi hâkimiyeti altına alırsa, ses tonundaki herhangi bir değişiklik ve ayrıntı hem ilişkimizi tehdit eder hem de dikkatimizi hedeflerimizden uzaklaştırır.
- Son 4000 yıldır, yazabilme yeteneğimizi ortaya çıkardık. Bununla birlikte yazma ve okuma materyal gerektirdiği için daha yavaş gelişen süreçler olmuştur. Hala temel iletişim alanımız olarak konuşmaya bağımlıyız.

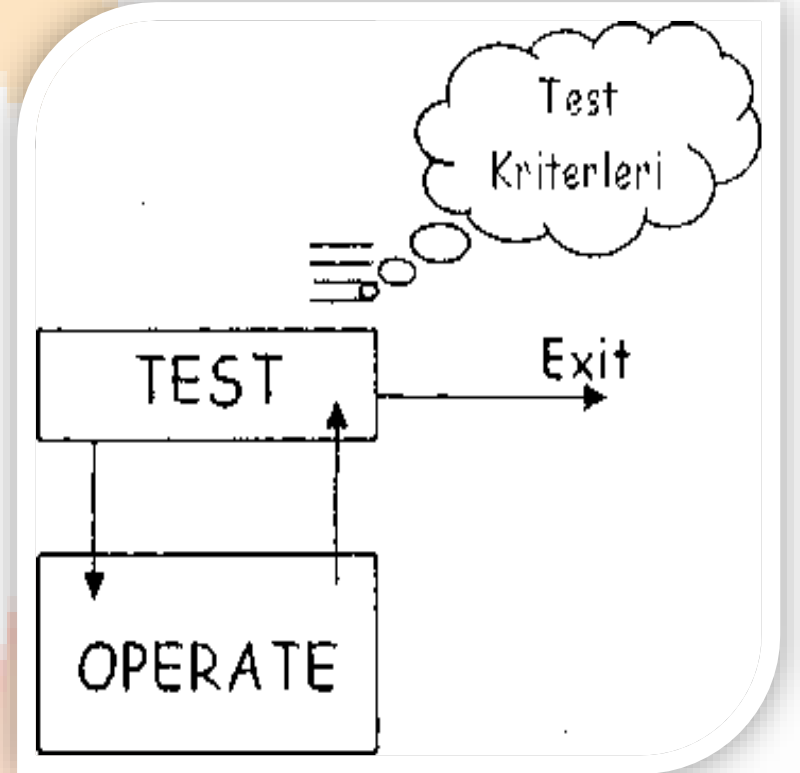
Dil Sistemi ve Bireysel Kimlik

- İngilizcede bir deyim vardır; "bir resim bin kelimeye değerdir". Bu söyleyiş beyin sistemleri arasında kaymalar yapabilmenin, soru sormanın, sözel ve duygusal bütünlüğümüze yakınlaşmanın yararlılığını anlatır. Görsel beynimizi kullanarak bir plana ilişkin haritalar, şekiller, taslaklar ya da sonuca ilişkin görüntüler oluşturmak planımızla uyumlu olmamızı sağlar. Bu da o planı gerçekleştirme aşamasında çok işimize yarayacaktır. Resimlerin akışıyla birlikte planla uyumumuzu ve 3'lü beyin sistemimizin bütünlüğünü koruruz. Bilincimiz dikkatini bir ilişkinin duygusal detaylarından çok bir planın detayları üzerine yoğunlaştırdığında rahatlayabilir.
- 21. yüzyıl jargonunda, 'açık sözlü olmak', ses tonlarını kullanarak kışkırtıcılık ve yönlendiricilik yapmak değil hareketlere dayanan ve planlarını gözden geçiren biri olmayı tercih etmektir. Tehditkâr, kur yapan, küçümseyici ya da alaycı ses tonları kullandığımızda kışkırtıcı oluruz. Bunlar dilin ötesindeki olumsuzluklara işaret eder. Ses tonlarındaki ima, hiyerarşi ve kişilik hakkındaki duygusal inançlarımızı harekete geçirir. Sözcükleri, duygusal hiyerarşiler ve özel kimliklerle uğraşmak için kullanmak yerine hareketleri düzene sokmak ve birbiriyle ilişkilendirmek için kullandığımızda "doğrudan" iletişim kurmuş oluruz. Böylece planı gözden geçirmek üzere tüm beyin sistemimizi kullanmış ve karşılıklı rahatlığı sağlamış oluruz.

TOTE DÖNGÜSÜ

- İnsan, bilinçaltı düzeyde bir olay ve veya duruma yönelik eylemine geçmeden bu süreçleri bir döngü ile yaşar.
- Beyine bir veri geldiğinde, görsel, işitsel, dokunsal (bunlar içsel-dışsal olabilir) TOTE'yi başlatabilir. Bir hareket başladığında beyin daha önce oluşturduğu ya da o an oluşan kriterler vardır. Operasyon, işleme tabi tutulur, test eder, uygunsa testi geçer ve sonuca ulaşır. Çıkışa, sonuca ulaşamadığımız anda problem başlıyor. Döngüye giriyoruz.
- (Operate Test) Bu durumda test kriterlerini değiştirmek gerekir.
- TOTE model bizim öğrenme modelimizdir. Biz bir şeyi , deneme yanılma ve sonsuz karşılaştırmalarla öğreniriz .

- TOTE Modelin öğrenmeden sonraki önemi şuradadır. Beyin hiçbir boşluğu kabul etmez. Çünkü; sorunları çözmek için programlanmıştır. Bu programlamaya göre; beyin bulabildiği verileri birleştirerek, bilinçaltı seviyede problemleri kendi başına çözmeye çalışır. Bunu daha çok rüyada ve kendi içine döndüğü anlarda (Araba kullanırken, TV seyrederken, müzik dinlerken, sahilde yürürken vs.) yapmaya çalışır.
- TOTE döngüsünde çözilemeyen şeyler bilinç altı seviyede kalır ve yıllar içinde kişiyi rahatsız eder. Tıpkı bilgisayarda masa üstünde açık kalan dosyalar gibi bilgisayarın ağır çalışmasına ve hatta kilitlenmesine neden olur.



Bir Koçluk Seansı Nasıl İnşa Edilir?

Koçluğun Temel İlkeleri

- İnsanlar ihtiyaç duydukları bütün kaynaklara sahiptir.
- Her davranışın arkasında olumlu bir niyet vardır.
- Değişim kaçınılmazdır.
- Hiç kimse yanlış ya da noksan değildir. Herkes şu anda gerçekleştirmekte olduklarını gerçekleştirmek üzere mükemmel bir şekilde hareket eder. (Doğruluk Prensibi)
- İnsanlar onlara sunulanlar arasından kendilerine en uygun olanı seçerler.
- Her davranış bir bağlamda yararlıdır.
- İletişimin anlamı aldığınız cevaplardadır.
- Eğer istediğiniz cevabı alamıyorsanız, farklı bir şey yapın.
- Başarısızlık diye bir şey yoktur. Geribildirim vardır.
- Her sistemde en esnek olan parça en çok etkiyi yaratır.
- Harita arazinin kendisi değildir.
- Eğer dünyanın her hangi bir yerinde tek bir kişi bile bir şeyi başardıysa sen de başarabilirsin.

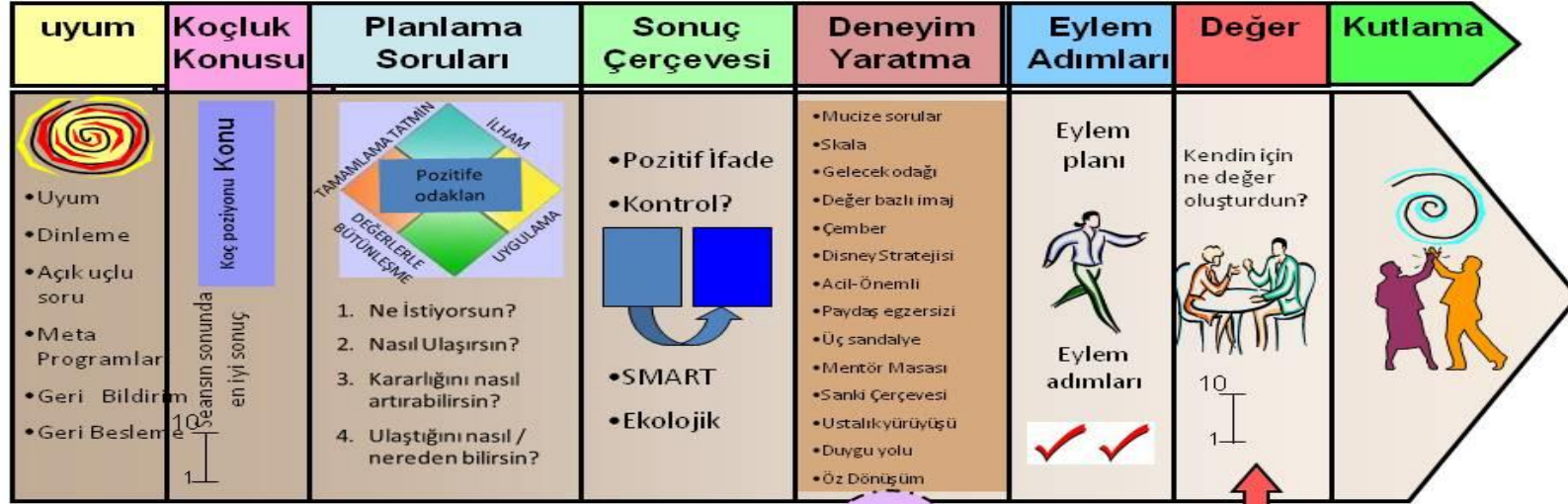
Bir Koçluk Seansı Nasıl İnşa Edilir?

Koçluğun Temel İlkeleri

- İletişimde başarısız olamazsınız.
- Akıl ve beden aynı holografik ve sibernetik yapıya cevap verir ve onlardan gelişir. Sistemin bir yerinde olabilecek herhangi bir şey bütünü etkileyecektir.
- Ne bildiğiniz, düşündüğünüz, hatırladığınız ve hayal ettiğiniz; davranışlarınızı, inançlarınızı ve sıralama yapmakta kullandığınız standartları gösterir. Aynı zamanda temsil sistemlerinizin birleşimidir.
- Hafızanız ve hayal gücünüz beyinde aynı nörolojik yolları kullanır. Yani sizin temsil sisteminiz ikisine de eşit şekilde davranır.
- İnsanlar yaklaşık olarak dört birimden oluşan (4 ± 2) bilinçli dikkate veya kısa dönemli hafızaya sahiptir.
- Beyin her şeyi 5 temel algı (görerek, işiterek, duyumsayarak, koklayarak ve tat alarak) ile algılar ve çocukluk yaşlarından başlayarak filtre sistemi oluşturur. Yaşanılan deneyim ve davranış, kullanılan filtre sisteminin yan ürünüdür.
- Hem bilinçli hem de bilinçsiz zihnimizi işleyişi ile bilinçli veya bilinçsiz iletişim kurabiliriz.
- "Eğer dünya üzerinde mümkünse benim içinde mümkündür."
- Bu sadece bir "nasıl" meselesidir. Koçluk "nasıl" üzerinde odaklanmayı sağlar.

Koçluk Seansının Temel Aşamaları

Yapılandırılmış Koçluk Görüşmesi Süreci



Sonuç çerçevesi
ile ve mantıksal
boyutlarla dinle



Destek

Koçluk Seansının Temel Aşamaları

- Sesin benzer tonlanması, mesafesi, hızı ve yüksekliği.
- Yumuşatıcıları, geri besleme ve tekrar ifade etmeleri kullanmak.
- Kontrat (Seansın konusu/odak noktası)
- Bu 30-45-60* dakikada neye ulaşmak istiyorsunuz?
- Zamanınızı en iyi şekilde kullanmanın yolu ne olurdu?
- 30 dakikamız var bu sürenin sonunda istediğiniz bir sonuca ulaşmak üzere benimle tam olarak neyi konuşmak istersiniz?
- Bu gün tam olarak hangi konu üzerine odaklansak sizin için yararlı, değerli (istediğiniz) sonuçlar ortaya çıkar?
- Bu görüşmenin sonunda sizin için istediğiniz, yararlı bir sonuç oluşturacak olsak tam olarak hangi konuda konuşmuş olmayı isterdiniz?
- Bu gün dakikamız var bu süreyi tam olarak nasıl kullanmak ve tam olarak neye derinlemesine odaklanmak istersiniz?

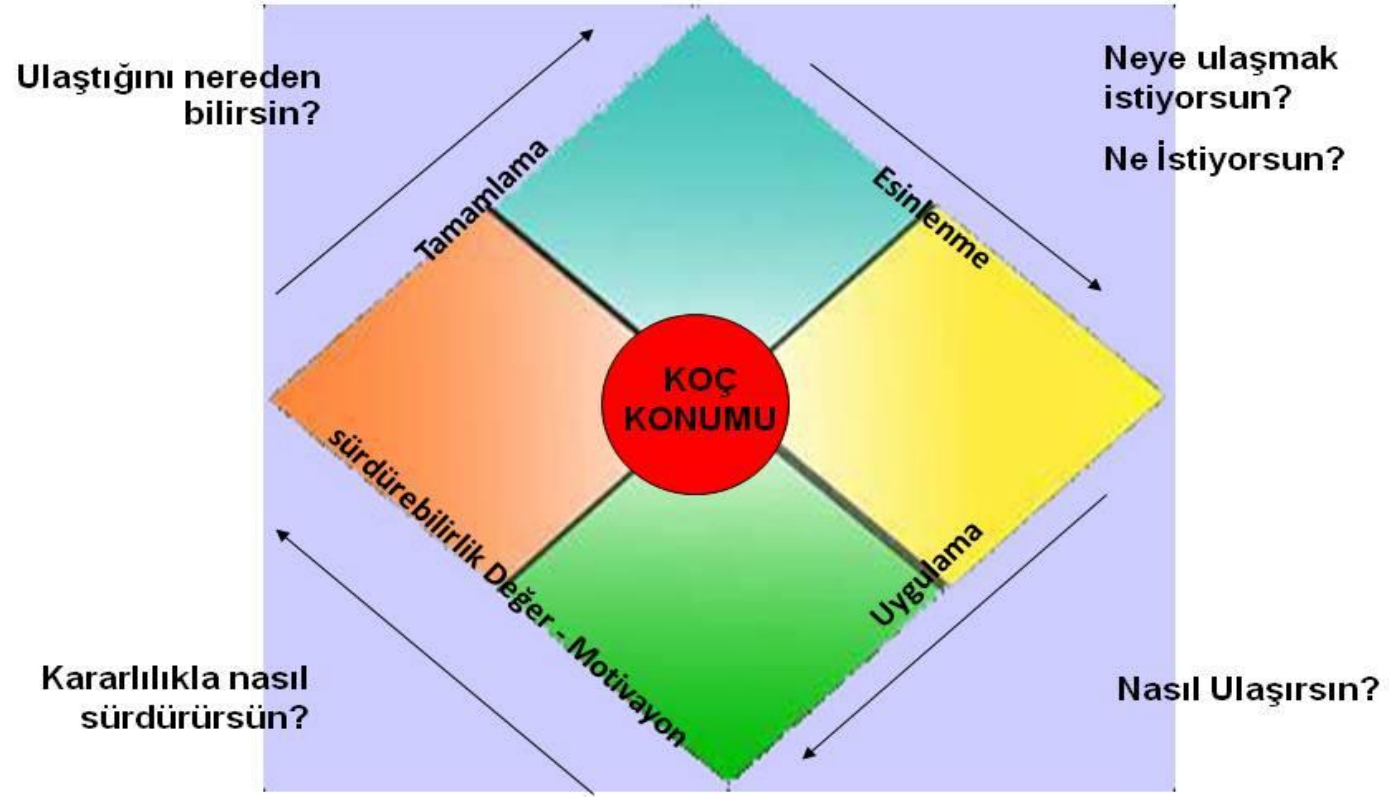
Koçluk Seansının Temel Aşamaları

- Müşteri (koçluk alan kişi metin ve eğitim boyunca müşteri olarak adlandırılacaktır) kendi önemli, çözüm aradığı, odaklanmak istediği alanlarını tanımlar.
- Müşteri amaçlar, değerler, kararlılıklar ve güçlü duygular üzerine odaklanır.
- Eğer gerekliyse müşteriyi, şikâyetçi/ziyaretçi konumundan müşteri konumuna geçirin.
- Motive edici sözcükler kullanın, istenirse tekrarlayın.
- Kontratı 1-10 arası ölçümleyin.
- Görüşmenin sonucunda müşterinin tam olarak neye ulaşmak istediğini ve ulaştığını tam olarak nereden bileceğini sorun.



- Koç, Sonucu Planlamanın Adımlarını ve Sorularını Araştırır
- Ne istiyorsunuz?
- Nasıl elde edebilirsiniz?
- Uzun vadede bunu nasıl gerçekleştireceksiniz?
- Bunu gerçekleştirmek istediğinizden emin misiniz?
- Bunu daha ileri nasıl götürebilirsiniz?
- Her hangi bir söz vermeye gerek var mı?
- Başardığınızı nasıl anlayacaksınız?
- Tam olarak ulaştığınızı nereden bileceksiniz?

Koçluk Süreci-Proje Yaklaşımı



Koç, Sonuç Çerçevesi Cevaplarını Dinler

Olumlu mu?

Müşterinin kontrolü altında mı?

Akılcı hedefler mi?

SMART (Belirgin, Ölçülebilir, Ulaşılabilir, Gerçekçi, Zamanlı)

Ekolojik mi?

Müşterinin diğer hedeflerine, yaşamının diğer alanlarına uyuyor mu?

Bu eylem adımlarını atıyor olmanız yaşamınızın diğer adımlarını nasıl etkiler?

Koç, Seçilen Amaca Yönelik Kuvvetli Deneysel Taahhütlerde Bulunmaya Yardımcı Olur

Olası alıştırmalar: 1 ile 10 arasında derecelendirme, mantıksal algı düzeyi soruları, "Sanki" çerçevesi, mucize sorular...

Ara sıra ve gerekli olduğuunda m   terinin ihtiya ına gerçekten cevap vermesi için deneyim yaratacak araç uygulamalarının yanı sıra süreç uygulaması yapın. Böylece belirtilen hedefe uygun en iyi ve en çabuk sonucu alabilirsiniz, Bu süreçler; Ustalık Y r y   , Vizyon Y r y   , Disney Modeli,    Sandalye Alı tırması, Beyin Fırtınası,  emberler, Mentör Masası, Zaman Yönetimi, Acil/önemli  er evesi, Dünya Modeli, Yeni Davranış Geliştirme, Değer Temelli Kişisel Görüntü veya  z Değer/Niyet Süreci olabilir.

Ev  devi / Saha  alı ması ve Etkili Eylemlerin Tasarımı

Bugün yaptığımız çalışmayı değerlendirirken ve kısa- uzun dönemli hedeflerinizi de dikkate alarak, bu hafta kararlılıkla yapmayı isteyeceğiniz eylemler nelerdir? Bunları başarmak için neyi göze alırsınız?

Dikkat: 5 dakika uyarısında bulunun. "Seansın bitmesine yalnızca 5 dakikanız var bu süre içinde"

Ölçme

- Müşterinin seansa başlarken skalada belirlediği yerden ne kadar ilerleme kaydettiğini sorun.
- Görüşmeye başlarken kendinizi konusunda 5 (..) de görüyordunuz, şimdi neredesiniz?
- Bunu bir puan daha arttırmak için sizce ne gerekli?
- Müşteriye, yaptığınız seansın onun için nasıl ve ne kadar yararlı olduğunu sorun.
- Bu seansın sizin için değeri nedir ? *Bu seansın neler kazandı?*
- Koç Müşteri için samimî takdir noktaları bularak seansı tamamlar.
- Olası mantıksal algı boyutu ifadeleri.
- Kimlik - Kim? (Örneğin; bir anne olarak, bir yönetici olarak, bir üniversite Öğrencisi olarak...)
- Değer - Neden? (Örneğin; göstermekte olduğunuz değerler...)
- Beceriler - Nasıl? (Örneğin; Bu konuda yeteneklisiniz ya da konusunda yeteneklerinizi geliştiriyorsunuz)
- *Hareket - Nasıl, Ne?* (Örneğin; bu davranışınızı'ya karşılık yapıyorsunuz...

Her Koçluk Görüşmesinin Temeli;

Dört Planlama Sorusu + Sonuç Çerçevesi

Sonuç Çerçevesi Nedir?

- Sonuç çerçevesi, sonuca ulaşıldığında neyin ortaya çıkacağını ve sonuca ulaşılabilirliğini ortaya çıkarmaya yarayan bir yaklaşımdır. Koçlar sonuç çerçevesini beceri yaratma ve etkin sonuç alma yolunda öyle bir kullanırlar ki bu hem müşteri hem de onlar için doğal ve bilinçsiz bir yetenek haline gelir. Sonuç çerçevesini kullanmak, koçun müşterisinin özyönetim alışkanlıklarına odaklanmasına yardımcı olurken diğer yandan onun uzun vadeli gelecek hedeflerinin gelişimine de yardımcı olur.

Çerçeveleme ve Yeniden Çerçeveleme

- Üzerinde odaklanacağımız bir başka güçlü yetenek ise koçun bir durumu verimli bir biçimde çerçeveleyebilme becerisidir. Bu her duruma nasıl bakacağımızı aktif olarak seçmek anlamına gelir. Çerçevemiz ya da referans çerçevesi **bir duruma hangi anlamı yüklediğinizi belirler** ve atfedilen bu anlamın sonraki karar ve davranışlarımız üzerinde kuvvetli bir etkisi olur. Çerçevelemenin tipik örneği herkes tarafından bilinen "yarısı dolu" ya da "yarısı boş" olarak görünen meşhur bardaktır. Başka bir örnek ise başarılı performansı olan satıcının zor bir durumla karşı karşıya kaldığında durumu engel yerine bir fırsat olarak görmeye karar vermesidir.

Problem Çerçevesinden Sonuç Çerçevesine

- Problem çerçevesi, probleme odaklanarak algılamaya neden olur. Problem çerçevesinden bakıldığında sonucu ve sonuca giden yolları görmek zorlaşır. Sonuç çerçevesi ise sonuca ulaşıldığı anı deneyimlemeyi sağladığı için etkili değişim için iyi bir araçtır. Koçlar sıklıkla müşterilerini problemden çok sonuca odaklanmaya davet ederler. Ancak bu davet açıkça söylenen bir söz değil sorularla keşfedilen bir algı değişikliği şeklinde olur.
- Birçok bireye, problem analizi ve problem çözümü yapmak için pek çok yol öğretilmiştir. Problem analizi düşünce sistemimizin derinlerinde yerleşik hale getirildiği halde sonuç çerçevesinin gelişmesi için düşünmek alışılmış en iyi yaklaşımlardan biri değildir. Burada çok daha yararlı olan yaklaşım ise zorlukların veya tersliklerin aksine istenilen sonuca kolayca odaklanmayı sağlayan "Sonuç Çerçevesidir."

Sonuç Çerçevesini Ne Zaman Kullanırız?

- Üst düzey performans gösteren bir kişiyi diğerlerinden ayıran en temel yeteneklerden biri sürekli olarak Sonuç Çerçevesini kullanmasıdır. Aynı zamanda mükemmeli yakalamak istediğinizde farkı yaratan farklardan da biridir. Mükemmel koçluk yapmak için kullanacağınız en etkin yollardan biri, müşterinizin söylediklerini düşünürken bir yandan da müşterilerinize sürekli olarak Sonuç Çerçevesine işaret etmenizdir. Bir koç olarak sonuç çerçevesini kullanma ve sonuca odaklı düşünme konusunda kendinizi geliştirirseniz koçluk görüşmenizin güçlü temeller üzerinde yükselmesini sağlarsınız. Usta koçlar koçluk görüşmelerinde sonuç çerçevesini sıklıkla kullanmanın değeri keşfetmiştir. **Her problem ya da çatışmayı Sonuç Çerçevesine çevirmenin basit ve ince becerisi, mükemmel koçlar ve diğerleri arasındaki yegane farktır.**
- Müşterinizi Sonuç Çerçevesine yönlendirmek için sadece anahtar soruya odaklanın; **"Ne istiyorsunuz?"** ve olumlu ifadelerle ona yardımcı olduğunuzdan emin olun. Daha sonra istenilen sonucun mümkün olabileceğine dair belirgin örnekler verin, sonucun | onların kontrolünde mi yoksa bir başka odağın etkisinde mi olduğunu anlamaya çalışın. Koç olarak, önce müşterinizin sahip olduğu veya sonucu başarmak için sahip olması gereken kaynakları, sonra daha geniş amaçları araştırın, **"Bu sonucu neden istiyorsunuz?"** Eğer bu noktada tıkanırsanız daha derinlere inerek daha geniş bir amaç ararsınız veya daha özelleştirip daha küçük sonuçları araştırırsınız. Müşterinin ekolojisine göre hangi yolun uygun olacağını keşfetmek durumundasınız; bu sonuca varmanın diğer insanların hayatlarını nasıl etkileyeceğinin yanı sıra olası diğer sonuçları da görmelisiniz. *Karşılıklı faydaya ulaşmanın başka etkin yolları var mı?*

Sonuç Çerçevesini Ne Zaman Kullanırız?

- *Veya birinin sonuca ulaşmasını sağlayabilecek daha iyi sonuçlar var mı?*
- *Bir sonuca ulaşmak başka bir sonucu tamamlamaya yardımcı olabilir mi?*
- Sonuçlar etkin bir şekilde netleştğinde müşteri bunu doğal, neredeyse kolaylıkla başarmış gibi davranma eğilimindedir. Bu eğilim oluşmadığında ise mücadele etme, düş kırıklığına uğrama veya tıkanma hissine kapılabilirler. Bir koç olarak bir kere Sonuç Çerçevesini dikkatli bir şekilde kullanmayı öğrendiğinizde müşterileriniz istenilen sonuca çok daha rahat ve uyumlu ulaşacaklardır. Şanstan çok seçimleriyle sonucu başarmış olacaklardır.
- Koçlukta Mükemmelleşmenin Anahtarı Sonuç Çerçevesini Ustaca Kullanmaktır
- Aşağıda her koçluk görüşmesinin temelini oluşturan soru ve adımların kısa bir şablonu yer alıyor. Bu sayfada yer alan adımları takip ederek koçluk görüşmenizin sağlam temeller üzerine oturmasını sağlayabilirsiniz. Sonraki sayfalarda her bir adım için ayrıntılı açıklamalara yer verilmiştir.

NE İSTİYORSUNUZ?

- Gerçekleştirmek istedikleriniz neler? Nereye doğru yol alıyorsunuz? İsteddiğiniz (değerler) nedir?
- Kontrat cümlesi olumlu bir şekilde mi ifade ediliyor?
- Müşterinizin kontrolü altında mı?

NE ELDE EDEBİLİRSİNİZ?

- Elde etmeniz için ne gerekiyor? Sahip olabilmeniz için neye ihtiyacınız var? İstedığınızı elde edebilmeniz için kim olmanız gerekiyor? **OL-YAP-SAHİP OL!** İsteğinize ulaştığınızda neyi elde etmiş olacaksınız?
- AKILLI hedefler- Belirgin, Ölçülebilir, Ulaşılabilir, Gerçekçi, Zamanlı? (S.M.A.R.T.)*
- Şu anda atmanız gereken ilk adım nedir?

BUNUN OLMASINI GERÇEKLEŞTİRMEK İÇİN NELERİ ÜSTLENEBİLİRSİNİZ? DAHA BÜYÜK VAATLERE GEREK VAR MI?

- Acil Durum Planlaması/Risk Yönetimi- *İstediklerinizi başka hangi yollarla elde edebilirsiniz? (Müşteri tarafından kontrol edilmelidir, istenilen sonuca ulaşmak için başkalarının değişimine güvenilemez.)*
- *Ekolojiyi denetleme. Başarılan bütün sonuçların, elde edilen tüm çıktıların, olası etkilerini inceleyin. Daha geniş sonuçları var mı? Bu, hayatınızı nasıl etkiler? Başka kimler etkilenecek ve acaba bu konuda neler hissederler? Bu sonuca başarıyla ulaşmak için nelerden vazgeçebilirsiniz?*

BAŞARDIĞINIZI NASIL ANLAYACAKSINIZ?

- Eğer başarmış olsaydınız, şu anda elinizde ne olacaktı?
- Delil/ kanıt prosedürü - İsteddiğiniz şeyle aynı çizgide olduğunuzu nasıl biliyorsunuz?
- Not:
- SMA.R.T. = AKILLI Hedefler
- Spesific: Belirgin. Hedefin sahibine özgü\ odaklanmış ve belirgin.
- Measurable: Ölçülebilir
- Achievable: Ulaşılabilir
- Realistic: Gerçekçi/ilintili
- Timely: Zamanlı, zaman planı olan.

Koçlukta iletişim ve Uyum



- Koçluk disiplini, konuşma ve soru sorma, geliştirilmesi gereken iletişim beceriler olarak görülür. Her koç, soru sorma, değer kelimelerini keşfetme ve kullanma, geri bildirimde bulunma gibi konuşmaya dayalı iletişim becerilerinde kendini geliştirmelidir. Tüm bunlara ses tonunu ve uyum becerilerini de ekleriz. Diğer bir deyişle koçluk konuşmasını tam anlamıyla çözümlemek ve öğrenmek için pek çok farklı açıdan yaklaşmak ve her bir özelliği bir katman olarak düşünmek gerekir. Aşağıdaki bölümlerde her bir katmanı ayrı ayrı inceleyeceğiz ve bu bölümde bir koçun nasıl konuştuğuna ilişkin önemli keşiflerde bulunacağız.

Açık Uçlu Soruların Özellikleri Nelerdir?

- **Açık Uçlu Sorular:** Birden çok cevabı vardır. Düşünceleri geleceğe doğru genişletir. Yargılayıcı değildir. Cevapları 1 ile 10 arasında değerlendirilebilir. Kişilere daha sonrasını ve ötesini düşündürür, derinliklerini keşfettirir.
- **Kapalı Sorular:** Cevapları tektir. Önceki sonuçlar şimdiye taşınır. Sonuçlar bellidir. Yönlendirici sorulara neden olur. Cevap “evet” ya da “hayır”dır.
- Müşterinizle birlikte soruları nasıl daha açık uçlu hale getirebileceğinizi görmeye çalışın. Fikirlerinizi aynı bir akordeon gibi açabildiğiniz kadar açın.
- Koçluk eğitimi boyunca her koç adayı açık uçlu sorular kullanma konusunda kendini geliştirir. Aşağıdaki tabloyu inceleyin ve koçluk çalışmalarınız sırasında kendi konuşmalarınızı tabloya göre değerlendirin. Bu aşamada öncelikli hedefimiz alışılmış kalıplardan açık uçlu soru yaklaşımına geçmektir.
- **Alışılmış Kalıplar** Tek yol nedir? Nasıl görüyorsunuz? Nasıl yapabiliriz? Nasıl fikir edinebiliriz? Bir yolu var mı? Ne yapabiliriz?

Açık Uçlu Soruların Özellikleri Nelerdir?

- **Koçun Açık Uçlu Soru Yaklaşımı** Nasıl başlamalısınız? Sizi hedefe taşıyacak olası yollar nelerdir? Bulduğunuz yeni fikirleri değerlendirirken neler hissediyorsunuz? Yeni açılımlar yakaladığınızda içinde neler değişiyor? Bu yeni açılımlar neleri etkiler? Başka nasıl fikirler edinebiliriz? Hadi başka harika yollar bulalım! İstediklerimize nasıl ulaşabiliriz? Başka neler yapabiliriz? Daha başka? Bu söylediklerinizin yanı sıra daha olan neler olabilir?
- Müşterinize sorun: "Bunun hakkında biraz daha konuşalım mı?" ya da "Tam olarak nelerden bahsediyoruz? Zihninizden nelerin geçtiğini paylaşır mısınız?" "Bu konu sizde hangi düşünceleri uyandırıyor?"
- Düşünme alanını genişlet... Keşfet... Geliştir...
- "Nereye varacağımızı tahmin edebiliyor musunuz? Sırada ne var?"
- "Bulabileceğimiz başka yollar var mı?"
- "Güçlü bir soru soracak olsanız burada kendinize soracağınız en güçlü soru ne olurdu ? Aklınıza başka neler geliyor?"
- Bu aşamada koç arkadaşlarınızla sohbet ederek "Ya budur ya da şu, iki seçenekten biri" yaklaşımı ile "açık uçlu sorularla düşünme" yaklaşımını karşılaştırın. Koçluk çalışmalarınızda size ışık tutacak birçok seçenek ve yol çıkacaktır.

Etkili Koçların Nitelikleri

- Mükemmel koçluk, müşteriyle güven ve samimiyet kurarak başlar. Bu bölüm güven kurma ve karşılıklı yaratıcılık içeren bir ilişkinin nasıl kurulabileceğini detaylandırmaktadır.
- **Koçluk işi bir ses vermektir.**
- Bir koç diğerlerinin ait olmak isteyecekleri bir dünya yaratır. Bir kişi, müşterisinin deneyimleri arasından kıymetli hâzineleri seçme sorumluluğunu fark ettirebildiği ölçüde koçtur. Koç öyle bir yolla bu deneyimi tekrar çerçeveleyebilmelidir ki hem koç hem de müşteri:
- Gelecekteki bütün anlaşmalar için **ilham** alabilsinler,
- Sistemin bütünü için düşünebilsinler,
- Mümkün olanı bütünün yapısına uyumlandırabilsinler,
- **Yaratıcı** davranabilsinler.
- Ulaştığımız, erişebildiğimiz her farkındalık, başkaları için de ulaşılabilir hale gelecektir.

Koçun Temel Nitelikleri



- **Uyum** - Koç, müşterinin bakış açısını, derin bir bağlantıya sahip olduğunu ve daha geniş bir görüş açısına yönlendiğini fark eder.
- **Saygı** - İlişkide müşteri ve koç eşittir, beraber liderlik ederler. İlişki dikkat ve özen gerektirir.
- **Sistemin bütününe farkındalığı/bilinci** - Gidilebilecek tüm yönler ve sistemin bütünü koçluğun görüş alanı içindedir. Bu nitelik bütünsel işleyişi temsil eder. Koçluğun sistemik bir işleyişi olduğunun göstergesidir. Koçluk bir parçaya değil bütüne hizmet eden bir araçtır.
- **Diğerlerinin öğrendiğine saygı** - *Latince de saygı, bir kere daha görmek anlamına gelir.* Koçun ve müşterinin öğrendikleri, bütün sistemi öğrenmek için zengin bir arka plan oluşturur. İkisi beraber hem tarihe hem de geleceğe sahip olur. Koçluk süreci, etkin stratejiler/görüşler/yollar inşa etmeye ve ustalık geliştirmeye hizmet eder.
- **Başkalarının vizyonlarına saygı** bütünle ilişkili olmayı sağlar. Her vizyon bütün sistemi harekete geçirmek için bir anahtardır.
- **İlham vermek.** Koç ve Müşteri devamlı olarak iki noktayı - şimdiki durum ve istenilen durum- birbirine bağlayan bir yol yaratabilirler. Koçluk süreci, müşteriyi hedefine ulaştıracak yeni yollar için ilham verecek olan kaynağın harekete geçmesine hizmet eder.
- **Tanımlamayı (netliği) amaçlamak** - Keşfedilen her fark ve kullanılan anahtar sorular müşterinin sonuç almasını destekler.

Koçlukta Uyum Becerileri

Yumuşatıcılar

- Yumuşatıcılar, koçların kullandığı özel cümle kalıplarıdır. Bu cümlelerin özelliği müşteriye konuşmaya ve kendini ifade etmeye teşvik etmesidir. Koçlar yumuşatıcıları müşterinin güvenini ve koçluk sürecindeki iletişimi güçlendirmek için kullanırlar. Usta bir koç yumuşatıcıları kullanarak müşterisine çok rahat uyumlanabilir, müşterinin uyumlanmasına hizmet eder.



Sözel Örnekler:

- Bana anlatmak istersen bunun artan satışlarla nasıl bağlantılı olduğunu, gerçekten öğrenmek isterim...
- Elde edilmiş bazı sonuçlar olduğunu görüyorum ve yeni önerilerin bu sonuçları daha ileri bir düzeye taşımak için seni nasıl destekleyeceğini **merak ediyorum...**
- Eğer yanılıyorsam beni burada düzelt...
- Acaba siz bana anlatabilir misiniz?...
- Siz konuşurken merak etmekten kendimi alamadım...
- Bunu fark etmiş miydiniz... ?
- Bunu biliyor muydunuz?...
- İlginçtir ki...
- Anlatmak ister misiniz?...

Sözel Örnekler:

- Geribildirim, müşterinin konuşmalarından edindiğimiz bilgileri özetleyerek tekrar müşterinin onayına sunduğumuz konuşma tarzıdır. Geribildirim yaparak edindiğimiz bilgileri müşterimizin doğrulamasını sağlarız. Koçun bilgilerin sağlamasını yaptığı konuşmalar geribildirim olarak adlandırılır. Geribildirim güçlü bir uyum aracıdır. Müşterilerin yanı sıra etkileşim içinde olduğunuzu düşündüğünüz gruplarla uyumlanmak için de geribildirim iletişim sürecini kullanabilirsiniz. Bu beceri; mimikleri eşleştirme ve ses tonlarını kullanma, konuşma ritmi ve mesafeyi fark etme konularında çalıştıkça gelişir. Kişiyi özel dil oluşturarak geribildirim yapmak daha ileri bir aşamadır. Müşterinizle konuşma ritminizdeki uyumu yakaladığınızda ve bu uyumu artırdığınızda geribildiriminizin gücü ve etkisi de artar. Geribildirim yaparken müşterinizden aldığınız cevaplara ve tepkilere göre kendi davranışlarınızı sürekli ve anında ayarlamak önemlidir. Buna sibernetik iletişim de diyebilirsiniz. Geribildirim şu durumlarda kullanılır:

Sözel Örnekler:

- Müşterinizle uyum kurmak için:
- Müşterinizden uyumlu bir cevap alana kadar geribildirimde devam edin. Ayrıca uyumsuz olan parçaları arayıp bulmaya çalışın. Bunlar önemli bilgiler içeriyor olabilir.
- Kendi kaynak durumunuzu geliştirmek için:
- Kafanız karıştığında geri bildirimde bulunun. Karışıklık geri bildirim için önemli bir işarettir.
- Önceden işlenmiş konuları özetlemek ve hatırlamak için:
- Geribildirim, nereye gitmekte olduğunuzu kendi aklınızda netleştiren bir yoldur.
- Başarısızlık çerçevesi kişinin başarı tanımı ile doğrudan ilintidir. Başarı bir sonuç olarak algılandığında yol boyu verilen emekler, atılan adımlar "yok" sayılır. Kişi kendini tekrar başlama noktasından çok uzakta, eksik ve hatta çaresiz görebilir.
- Başarı yolunda hedefe giden adımlara yönelik başarısızlık tanımı yerine her aşamada geribildirim ve durum değerlendirmesi yapmak, kişi, potansiyelini ve süreci güçlü bir şekilde desteklemektir.

Nasıl etkin geribildirim verilir? 10 temel Koçluk 'Şartı':

Algıları, tepkileri ve fikirleri, olması gereken gerçeklermiş gibi değil oldukları gibi sun.

Geribildirim bireye değil, ilgili performans, davranış veya sonuca yönelik olmalıdır.

Geribildirim belirgin, gözlemlenebilir davranışlar hakkında verilmelidir (genel davranışlar üzerine değil).

Geribildirim (tanımlayıcı olmak yerine) değerlendirmeye açık olarak yapıldığında bilinen kıstaslar kullanılmalıdır.

Performansla ilgili geribildirimde performans alanlarında neyin "yüksek" veya "düşük" olduğu örneklerle anlatılmalıdır. Geri bildirim verilen belirgin davranışın etkililiğini neyin arttırıp neyin kısıtladığı ifade edilmelidir.

(Alışılmış işlemlerin ve sonuçların olduğu) Tartışmalı alanlarda verilen öneriler performansı geliştirmeye yönelik olmalıdır.

Geribildirim duyguları alevlendirmekten kaçınmalıdır. (Örneğin bazı geribildirimler savunma duygusunu harekete geçirir.)

Geribildirim, bireyin kontrol edebileceği şeylerle ilgili olmalıdır.

Duygusal bir tepki ya da savunmayla karşılaştığımızda tartışma veya mantık ya da gerçekler yoluyla ikna etmek yerine, oldukları halleriyle ilgilenmeliyiz.

Geribildirim, alıcıyı değerli ve farklı olmaya hakkı olan bir kişi olarak kabul ettiğimizi gösterir bir şekilde verilmelidir.

En Yüksek Fayda İçin "Koçluk Sesinizi" Nasıl Kullanırsınız?

- Farklı tonlar geliştirme:
- Net konuşun.
- Diğer insanların ses düzeyiyle, ses tonu, temposu ve tınısıyla uyum sağlama yeteneğinizi geliştirin. Bunu yapmak sesinizi çeşitlendirme becerinizi de arttıracaktır.
- Sesinizde farklı tonlar geliştirin: yüksekten yumuşağa, hızlıdan yavaşa, yüksek tondan derine.
- Gürültülü bir çevrede konuşuyorsanız sesinizi yumuşatıp, yavaşlatıp ve derinleştirip tezat yaratın.

Müşteri-Koç İlişkisinin Unsurları

- Yeni bir müşteriyle karşılaştığımızda (özellikle müşteri olabileceğini düşündüğümüz kişilere ücretsiz koçluk seansı önerdiğimiz zamanlarda) sormamız gereken soru, müşterinin varsayımlarının koçla ilişkisini nasıl çerçevelediğidir. Koçluk yaparken ortak bir ilişki yaratırız, bunun için de bir yaratıcı ve bir de ortak gerekir. Özellikle şu soruları kendimize sormalıyız: *Gerçek müşteri kim? Bu kişi gerçekten benim müşterim olacak mı? (Bu kişi kararlaştırdığımız sonucu başarmakla ilgilenecek mi? Bu kişi sonuca ulaşmak için bir şeyler yapacak yüksek motivasyona sahip mi?)*
- Bazı müşteriler ziyaretçi olabilir.
- Ziyaretçiler bir şeyleri değiştirmeye hevesi olmayan kişilerdir. Belki yalnızca bedava bir seansı denemek için gelmişlerdir. Belki yalnızca merak ediyorlardır. Belki de bu kişi sizinle yalnızca biri (danışman, arkadaş veya üstü) ona koça gitmesini söylediği için konuşuyordur(gönülsüz katılım örneği). Bu kişi kendini mecbur hissediyor olabilir. Bu kişinin başarılacak net bir koçluk hedefi olduğunu fark etmemiş olması da mümkündür.
- Değişim için ne beklenti ne de istek var. (Çoğunlukla gizli gündemleri veya çok özel endişeleri olan kişiler bu kategoride yer alır.)

Müşteri-Koç İlişkisinin Unsurları

- **Koçun ziyaretçiye cevabı:**
- Güçlü ve olumlu noktalara bak.
- İltifatta bulun, görev yükleme.
- **B.** Bazı müşteriler şikayetçi gibi davranabilirler.
- Şikayetçi, şikayeti olan ve bazı şeyleri değiştirerek bir hedefi başarmak isteyen kişidir ama bu kişi henüz istenilen sonuca ulaşmak için yapması gereken hareketleri yapmaya hazır değildir. Bu kişiler sonucun imkansız ya da çok zor olduğuna inanıyor olabilirler.
- **Koçun Şikayetçiye cevabı:**
- Seçenekleri açmaya gerek vardır. Şikayetçi henüz değişim anlaşması yapmaya hazır değildir.
- Gözlemlene görevleri verin.
- Mucize sorulardan sorun.
- Geniş olanakları listeleyin ve araştırın.
- Bazı müşteriler alıcıdır.
- Alıcı, yaratıcı olan ve istenilen amaç için bir şeyler yapmaya hazır ve istekli olan kişidir.

Müşteri-Koç İlişkisinin Unsurları

- Koçun alıcıya cevabı:
- Alıcıya, yapacağına ve yararlı bulacağına inandığınız direkt görevleri verin.
- Her müşterinin görüşmeye olan uyumuna dikkat edin. Çoğunlukla müşteri-koç ilişkisi ilk seansta gelişir. Yeni müşterinin görev ve projelere tepkisi onun istenilen belirli sonucu başaracağına ne kadar inandığını gösteren iyi bir kanıttır.
- Bir koç endişeyi "Yeniden Çerçevelemelidir"; her zaman bir sonuç almak mümkündür. Ziyaretçilerin gitmesine ve şikayetçilerin alıcılarla çalışmasına izin vermek çoğunlukla iyi bir fikirdir. İdeal olan şikayetçinin alıcı haline gelmesidir.

Etkili Sonuçlar Sağlamak İçin **Belirginleşmeyi Sağlayacak Sorular**

- Tam olarak ne istiyorsunuz?
- Onu elde ettiğinizde ne görecek, duyacak ve hissedeceksiniz?
- İsteğinize ulaştığınızı nasıl bileceksiniz?
- Bu sonuç size ne verecek ve neyi yapmanızı sağlayacak?
- Bu sonuca ulaşmayı yalnızca kendiniz için mi istiyorsunuz? Veya bu konuyla ilgili başka bir kişi var mı?
- Bu isteğinizi nerede, ne zaman, nasıl ve kiminle gerçekleştirmeyi hedefliyorsunuz?
- (Hedeflediğiniz sonuca ulaştığınızı varsayarak) şu anda siz neredesiniz?
- Bu sonuca ulaşmaya neden ihtiyaç duyuyorsunuz ya da zorunlusunuz?
- Bir dakikalığına sonuca ulaştığınızı varsayın. Nasıl bir his?
- Bu sonuca ulaşmış birini tanıyor musunuz?
- Daha evvel bu hisse sahip oldunuz mu ya da hedeflediğiniz bir noktaya ulaştınız mı?
- Elde edince ne olacak? (Ne kazanacak/Ne kaybedeceksiniz?)

Etkili Sonuçlar Sağlamak İçin **Belirginleşmeyi Sağlayacak Sorular**

- Olmazsa ne olur?
- Olursa ne olur?
- Olmazsa ne olmaz?
- Olursa ne olmaz?
- Sonuç Odaklı Derecelendirme Soruları
- Derecelendirme Soruları
- Etkili koçlar, müşterinin konuşmak istediği konu ile ilgili o anda nerede olduğunu ve belirtilen herhangi bir zaman diliminde nereye varmak istediğini netleştirmesini sağlar. Derecelendirme müşterilerin kıstas oluşturabilecekleri güçlü bir teknolojidir ve onların konuşma için devamlı ve aralıksız olarak bir bütün içinde değerlendirme yapabilmelerini sağlar.
- Bir koçluk konuşmasında derecelendirilerek pek çok farklı konu ölçülebilir. Örneğin birle on arasındaki bir derecelendirmede 10 en yüksek ve 1 de en az olabilir.
- 1'in projede en az tatminkar olduğunuz 10'un ise tatminin en yüksek olduğunu düşünelim Kendinizi şu anda nerede görürsünüz?

ÇÖZÜMLERİN OLUŞTURULMASI

Gelişim Yaklaşımını Vurgulayan Temel Temalar

Koç olarak müşterinizin kişisel gelişim ve değişim yaşadığı her yola ilgi gösterin. Ona kişisel gelişimini daha fazla fark etmesi için yardımcı olun. Başlangıcından itibaren müşterinizin kişisel gelişim modelinin bir parçası olun. Dereceleme yapmak, değişim ve gelişimin yönünün fark edilmesi açısından çok yararlıdır.



ÇÖZÜMLERİN OLUŞTURULMASI

- Kişisel gelişim aşağıdakileri içerir:
- Etkin inançlar: Düşünme şekli.
- Sonuç Çerçevesi: Yön seçme için etkin bir yöntemdir.
- Problem çerçevesini engellemek, eski davranışlara müdahale etmenin bir yoludur.
- Olumlunun, öncelikli projelerde karşılaşılan zorluklar üzerindeki gücü ve etkisi.
- "Biz güçlü insanlarız ve standart problemlerimiz var."
- Olumlu gelişme için bir eğilim bulun ve onu cesaretlendirin. Müşterinizin ve durumunun nadirliğinin, öneminin ve niteliklerinin farkında olun.
- İşbirliği.
- Her müşterinin başkalarıyla işbirliği halindeyken veya koçla çalışırken "özgün bir formatı" vardır. Ortaklık bir dansa benzer ve koçluk görüşmeleri boyunca bizler de tıpkı dans ediyormuşuz gibi bir ritim içinde oluruz.
- Yenilgi, hata yoktur, yalnızca geribildirim vardır.

ÇÖZÜMLERİN OLUŞTURULMASI

- Eğer bir yaklaşım işe yaramıyorsa başkasını dene. Esnek ol!
- Açıklamalar yerine sonuç üzerine odaklanın.
- Şimdiki zamanda kal ve geleceğe uyumlu ol. (Örnek: olarak istisnalar, sihirli sorular).
- İstisnalar her zorlukta sonuca ulaşmak ve değişiklikler yaratmak için verimli tohumlar ekmemizi sağlar.
- Gerekli olduğunda insanların farklı şeyler yapmalarına yardımcı olun.
- Kişinin davranışlarıyla içinde bulunduğu duruma ilişkin tanımları arasındaki etkileşimi fark edin. Davranış değişikliği için bu etkileşimden yararlanın. (Örneğin müşteriniz problemlere odaklandığında Yeniden Çerçevelemeyi kullanarak farklı bakış açılarını keşfetmesine destek olabilirsiniz.)
- Verimlilik çitasını yükseltmek için gerekli olan yalnızca küçük bir değişikliktir.
- Dalgalanma etkisi, sistem yaklaşımı.
- Farkı yaratan farkı bulmak.

MANTIKSAL BOYUTLARININ KEŞFİ

- Kaliforniyalı psikolog Robert Dilts, Gregory Bateson'ın çalışmalarından yola çıkarak öğrenme boyutları, algı pozisyonları ve düşünsel içerikleri bir araya getiren kişisel değişim, öğrenme ve iletişim üzerine yalın ve güzel bir model inşa etti.
- Sonuç Odaklı Koçluk, mantıksal boyutları bir çerçeve olarak kullanır. Müşteri bir değişim gerçekleştirmek istediğinde, değişime müdahale edilecek en doğru noktayı fark etmek önemlidir. Mantıksal boyutlar, değişime başlanacak en doğru noktayı tanımlayabilme aşamasında gereken bilgileri toplamak için kullanılır.
- Tanım: Mantıksal boyutlar, içse! bir hiyerarşidir. İçindeki her bir düzey, bir alttaki düzeyi psikolojik olarak kuşatır. Etki yukarıdan aşağıya doğru inerken her basamak bir alttakini kapsar. Mantıksal algı boyutları kişiyi ve eylemlerini hareketlerinden ayırır. Kişi, sadece davranışlarından ibaret değildir.

MANTIKSAL BOYUTLARININ KEŞFİ

- Beynimizin işleyişinde doğal hiyerarşiler ve deneyim boyutları vardır. Dolayısıyla iletişimlerimizde benzer şeylerden söz ettiğimizi sansak da aslında farklı boyutlardan konuşuyor olabiliriz. Örneğin insanlar, aralarındaki diyaloglarda farklı boyutlardaki şeylere cevap vermek üzere konuşur. Bir olayı değerlendirirken o andaki algı boyutuna göre yorum yaparız. Biri bir deneyimin bir düzeyde olumsuz olduğunu ama bir başka boyutta olumlu olduğunu söyleyebilir. Mantıksal algı boyutları bir içsel hiyerarşidir ve bu alanda insanların sezgisel duyguları olduğunu gösterir. Koç, mantıksal algı boyutlarına yönelik sorgulama formatını konuşmalarına kattığında akıl doğal olarak bir açılım sağlar ve bu doğal açılım giderek farkındalığa dönüşür.
- Tüm bu bilgiler Temel Koçluk Becerileri konusunda siz değerli Koç adaylarının eğitim ve pratik sürecine olumlu katkılar sağlayacaktır. Bu temel beceriler yardımıyla Profesyonel Koçluğun Temelleri konusunda birinci modül bilgilerini tamamlamış oluyorsunuz. Artık ustalaşacağınız ikinci modülle beraber Profesyonel Koç olma yolunda emin adımlarla ilerleyebilirsiniz.