



ABC DEL LIFE COACHING

15 febbraio 2020
16 maggio 2020
4 luglio 2020
21 novembre 2020

CORSO DI AGGIORNAMENTO
RICONOSCIUTO DA

-ASSOCOUNSELING-

**“Quello che possiamo o non possiamo fare, cosa riteniamo possibile o impossibile è raramente in funzione delle nostre risorse.
Spesso è in funzione delle convinzioni su chi pensiamo di essere.”**

(Albert Camus)

Il Coaching differisce dal Counseling

- Differenza del livello logico implicato (identità di ruolo e non identità)
- Il counseling ha il focus sul benessere, *il miglioramento della qualità di vita*
- Il coaching ha il focus sulle prestazioni (comportamenti e risultati)

I livelli logici



I livelli logici



Esercizio individuale

- Scrivere le risposte alle seguenti domande 3':
 - Che cosa vorresti ottenere dalla partecipazione a questo corso?
 - A cosa ti servirà ciò che hai ottenuto?
- Poi condividere in plenaria in un minuto:
- Di cosa ti sei accorto/a rispondendo alle domande?

Che cos'è il Coaching

- Il Coaching è il processo in cui **una persona (coach)** aiuta un'altra persona (**il coachee**) a potenziare le proprie **abilità personali e professionali**.
- E' una relazione di aiuto ed una pratica professionale, individuale e/o di gruppo, orientata ad armonizzare **l'essere nella vita privata** e ottimizzare il **rendimento nel fare professionale**.
- Il **coachee sviluppa in modo consapevole una competenza riproducibile**, attraverso l'individuazione, la sperimentazione ed il riconoscimento di capacità e risorse fino a quel momento inesprese.

Che cos'è il Coaching

- Il coaching è un metodo finalizzato al **miglioramento della performance**, tramite lo sviluppo delle **potenzialità personali**, che permette di :
 - **apprendere** una più consapevole e flessibile **modalità di lettura** di sé e della situazione nella quale opera,
 - facilitare il **raggiungimento di obiettivi** in maniera ottimale, declinandoli creativamente in una serie di scelte, azioni, risultati,
 - **valutare costi e benefici** e considerare gli elementi che permettono sia alti livelli di efficienza che di efficacia (McLeod, 2003)
- Il coaching gode di modalità assolutamente funzionali da poter essere applicate sia su obiettivi personali che aziendali, affrontando entrambi in modo armonico, e aiuta le persone a migliorare le proprie prestazioni e la qualità della vita privata e professionale (Dilts 2003)

Il ruolo del coach

- Il ruolo del coach è quello di aiutare il coachee ad **esprimere le proprie risorse, capacità, abilità** attraverso osservazioni, domande e feedback.
- Un obiettivo del Coach è creare nel coachee «**consapevolezza, senso di responsabilità e fiducia in se stessi**»
- Ciò esalta un **cambiamento generativo di nuove modalità di essere e di fare**, una maggiore **chiarezza e concretezza nel definire e raggiungere obiettivi specifici** e nel mettere in atto **le scelte più adeguate a migliorare sia le performance che la qualità della vita professionale e privata**

Dove applicare il coaching

- Mondo dello **sport**, a livello individuale e di gruppo
- **Azienda**, a livello individuale e/o di gruppo
- **Sfera organizzativa**, a livello individuale e/o di gruppo
- **Sfera personale**, a livello di individuo
- **Sfera professionale**, a livello di individuo

Le diverse funzioni del coaching

1. Aiutare il coachee a **mettere a fuoco e avere chiarezza di idee** rispetto alla propria identità, la propria missione, le proprie mete;
2. **Goal setting:** aiutare il coachee nella definizione e raggiungimento degli obiettivi e delle azioni specifiche;
3. **Empowerment,** mantenimento e il rafforzamento della **motivazione e dell'impegno** nel corso del processo;
4. **Problem solving,** ricerca di soluzioni.

Le diverse funzioni del coaching

1. **Aiutare il coachee a mettere a fuoco la propria identità, la propria missione, le proprie mete,**
 - **Allineare e rendere coerenti** ciò che ciascuno di noi **pensa di essere**, le **finalità** ultime che si propone nella vita, le mete particolari che desidera realizzare e i risultati che consegue, **le finalità ultime e le mete intermedie**.
 - Se una persona ha le idee confuse su tutto ciò, è probabile che gli mancherà la motivazione sufficiente per procedere nel viaggio, superando le inevitabili difficoltà.
 - **Il coach verifica innanzitutto che ci sia** questa **chiarezza di idee** e, se non ci fosse, aiuta il coachee a riflettere, aiutandolo ad individuare gli strumenti necessari per eliminare ambiguità o visioni irrealistiche; ovviamente, senza sostituirsi a lui.

Le diverse funzioni del coaching

2. **Goal setting: aiutare il coachee nella definizione degli obiettivi e delle azioni specifiche.**

- Si tratta **di tradurre la meta in uno o più obiettivi**.
- **La meta** è un **desiderio**, svincolato dalle condizioni della sua realizzabilità: ad esempio, "voglio laurearmi".
- **L'obiettivo** è invece un **desiderio realizzabile**, pertanto esprimibile in forma specifica, concreta, misurabile e declinabile in azioni concrete: ad esempio, "voglio laurearmi in Ingegneria, entro cinque anni a partire da oggi".
- **Le azioni che ci si propone per realizzare un obiettivo devono essere espresse in modo tale che si possa dire di ciascuna se è stata realizzata o no**: ad esempio, "domani dedicherò tre ore a studiare la prima materia del corso di Ingegneria". Non è facile per chi non è esperto mettere a fuoco obiettivi ed azioni in modo corretto. **Se ciò non viene fatto, si rischia di lasciare spazio alle ambiguità implicite nella meta**.
- Il coach dovrà perciò **aiutare a "vedere" e valutare le possibili alternative, stimolando il senso di responsabilità rispetto all'impegno e alle conseguenze di ogni azione intrapresa. Il risultato del goal setting è un piano d'azione, o piano di sviluppo.**

Le diverse funzioni del coaching

- 3. Empowerment:** il mantenimento e il rafforzamento della **motivazione** nel corso del processo. Essa comprende il rafforzamento dei **fattori propulsivi, come l'autostima, l'impegno, le componenti positive del carattere**, l'aiuto a **sviluppare un approccio positivo e l'aiuto a superare eventuali blocchi mentali.**
- 4. Problem solving:** infine, un'altra funzione del coach è l'aiuto nella **ricerca di soluzioni**, con riferimento non solo all'impostazione e alla soluzione di un problema concreto, ma anche allo sviluppo di un pensiero creativo, laterale e sistemico. Si tratta di "vedere le cose con un'altra prospettiva, o da un altro punto di vista«, facilitare la sperimentazione di nuove prospettive, l'accrescimento delle abilità di pensiero e della presa di decisioni.

Tipi di coaching

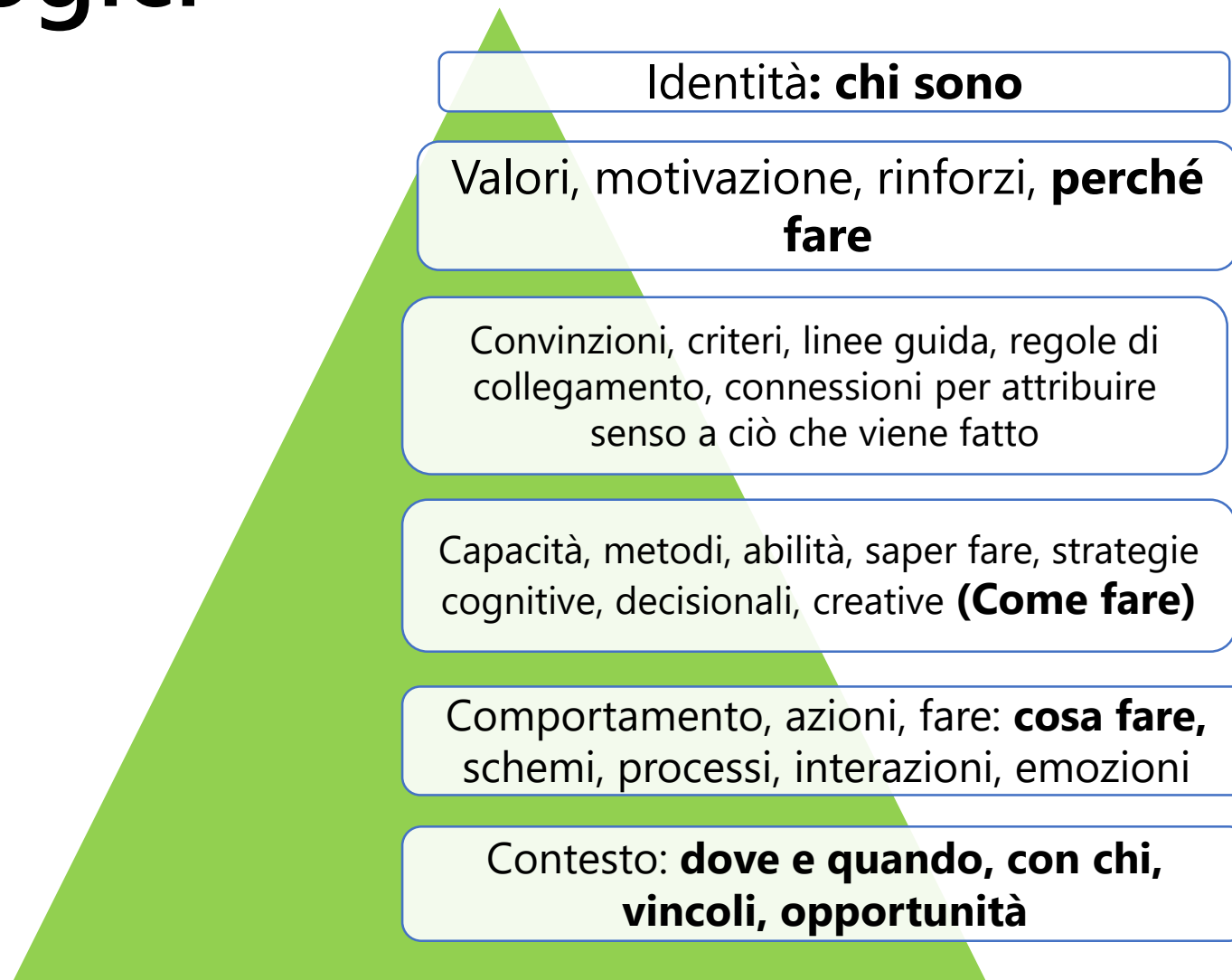
- Il **personal o life coaching** è finalizzato al raggiungimento degli obiettivi personali, che possono essere indipendenti da quelli aziendali o professionali, e consiste nell'aiutare le persone ad affrontare una serie di circostanze e di attività che possono presentarsi nel passaggio da una fase ad un'altra della propria vita, a sostenere e programmare i cambiamenti nel ciclo di vita,
- **Executive coaching**, si rivolge ad un manager all'interno di un contesto organizzativo, ed è finalizzato al rilancio della efficacia ed efficienza professionale e della carriera in un momento di passaggio, oppure per migliorare la performance sul lavoro, fare meglio e conoscere di più
- **Corporate coaching**, integra coaching individuali e di gruppo, per la crescita e lo sviluppo di competenze e strategie a supporto di progetti di cambiamento.

Tipi di coaching

Coaching	Ambito di applicazione	Scopo	Tipologie
Business coaching	Lavorativo professionale diverse figure professionali e obiettivi professionali	Aiutare le persone o il team a sviluppare performance adeguate a raggiungere gli specifici obiettivi professionali	Executive, corporate, small business, career, team coaching
Life coaching	Vita privata della persona e principali obiettivi, decisioni, scelte di vita	Aiuta il cliente ad affrontare le sfide della vita con maggiore autostima e focalizzazione consapevole sugli obiettivi	

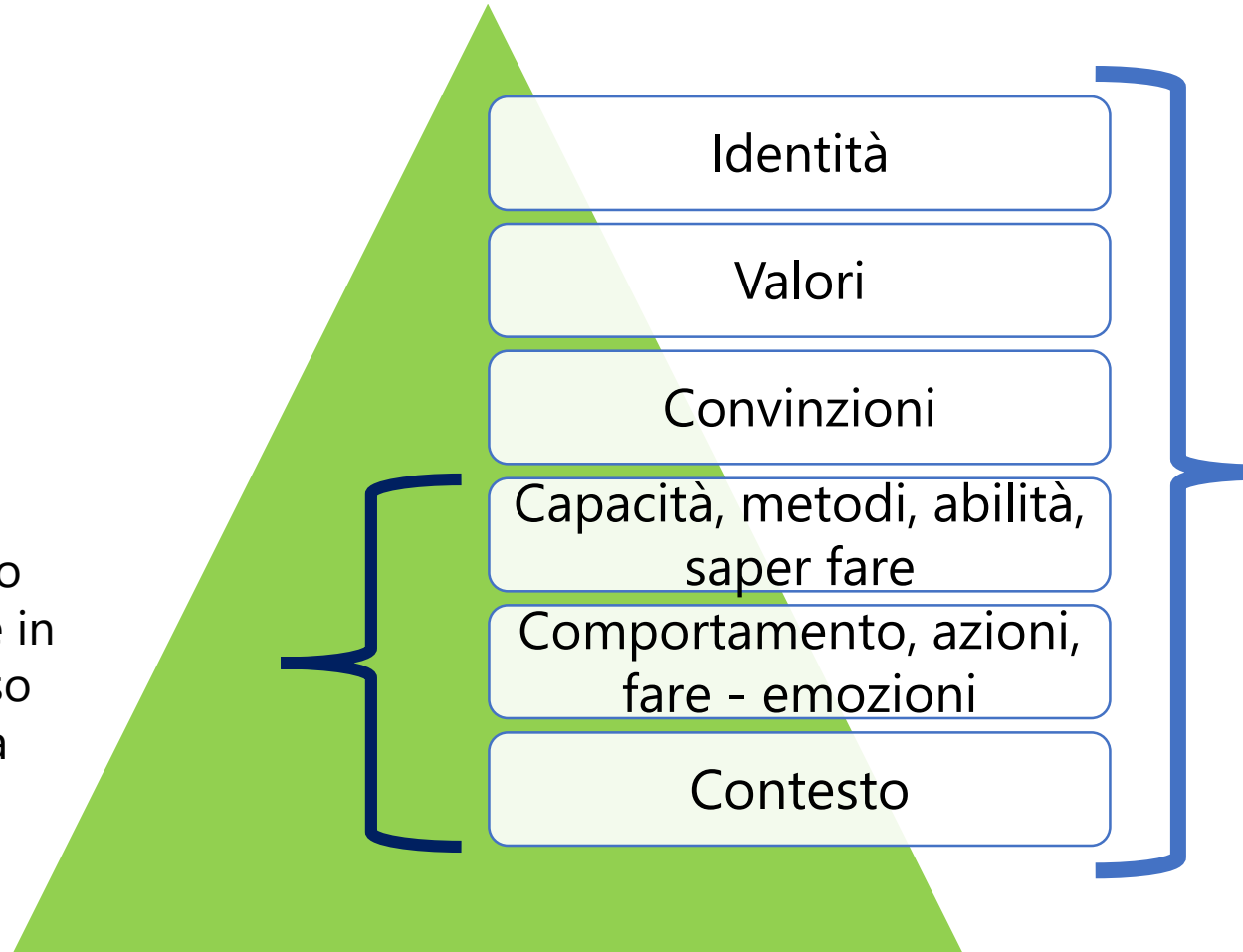
Le tecniche da utilizzare, comunque, sono molto simili. Cambia il contesto e il ruolo ricoperto.

Livelli logici



Coaching e Livelli logici

Coaching con la c minuscola: miglioramento di specifiche performance in specifici contesti attraverso la consapevolezza conscia delle proprie risorse e capacità e l'allenamento delle stesse per il loro rafforzamento



Coaching con la C
maiuscola
Cambiamento
generativo a più
livelli

Coaching imparare cosa fare e come farlo



La motivazione

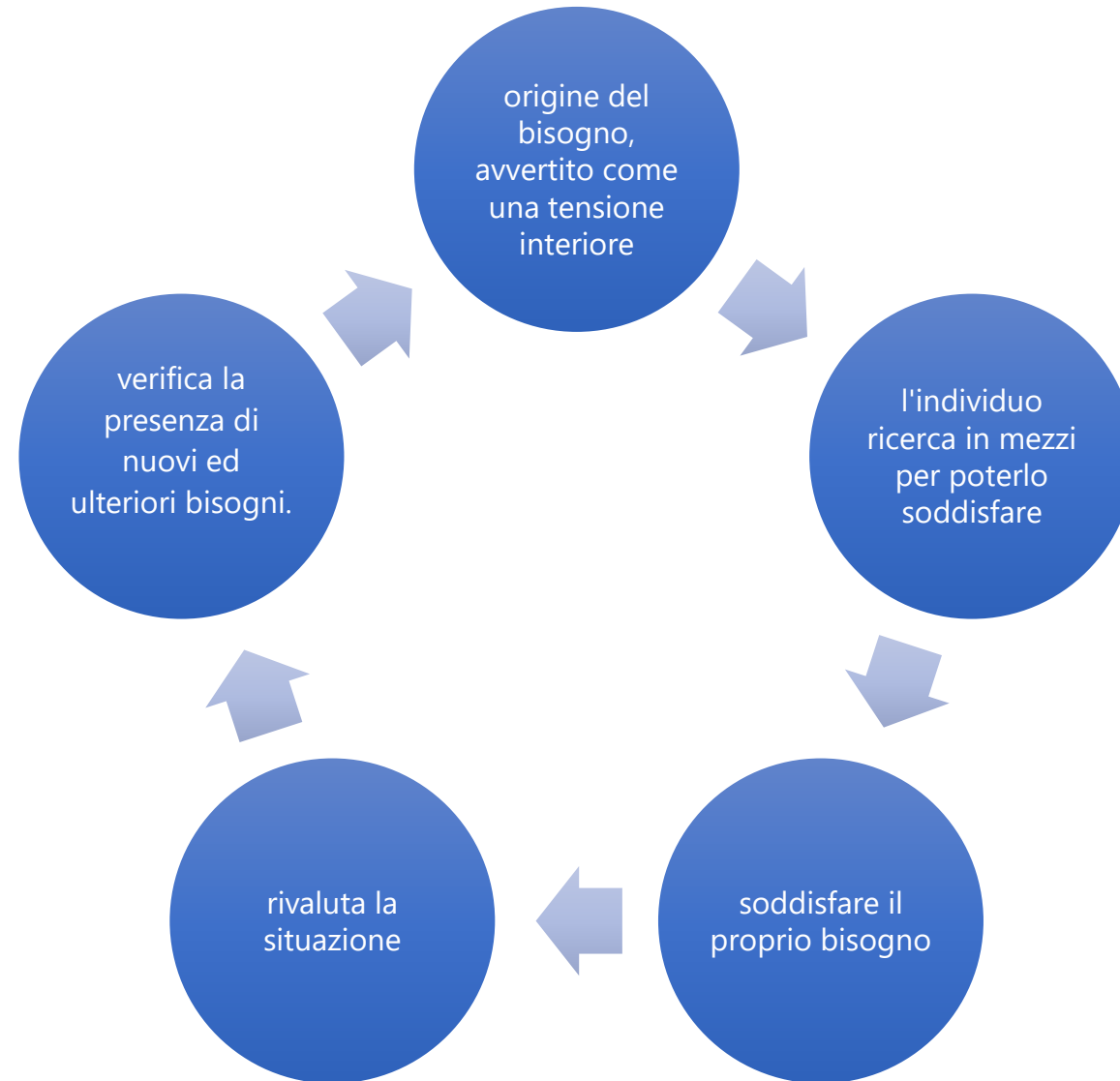
- È la **spinta interiore** che porta l'individuo ad **applicarsi con impegno e ad assumerne le responsabilità**.
- E' intrinseca all'individuo e non può essere indotta dall'esterno.
- Mediante interventi esterni **si riesce a sollecitarla o, al più, ad alimentarla**.
- **Le persone si impegnano e si responsabilizzano in quelle attività che possono aiutarle a soddisfare i loro bisogni e desideri**

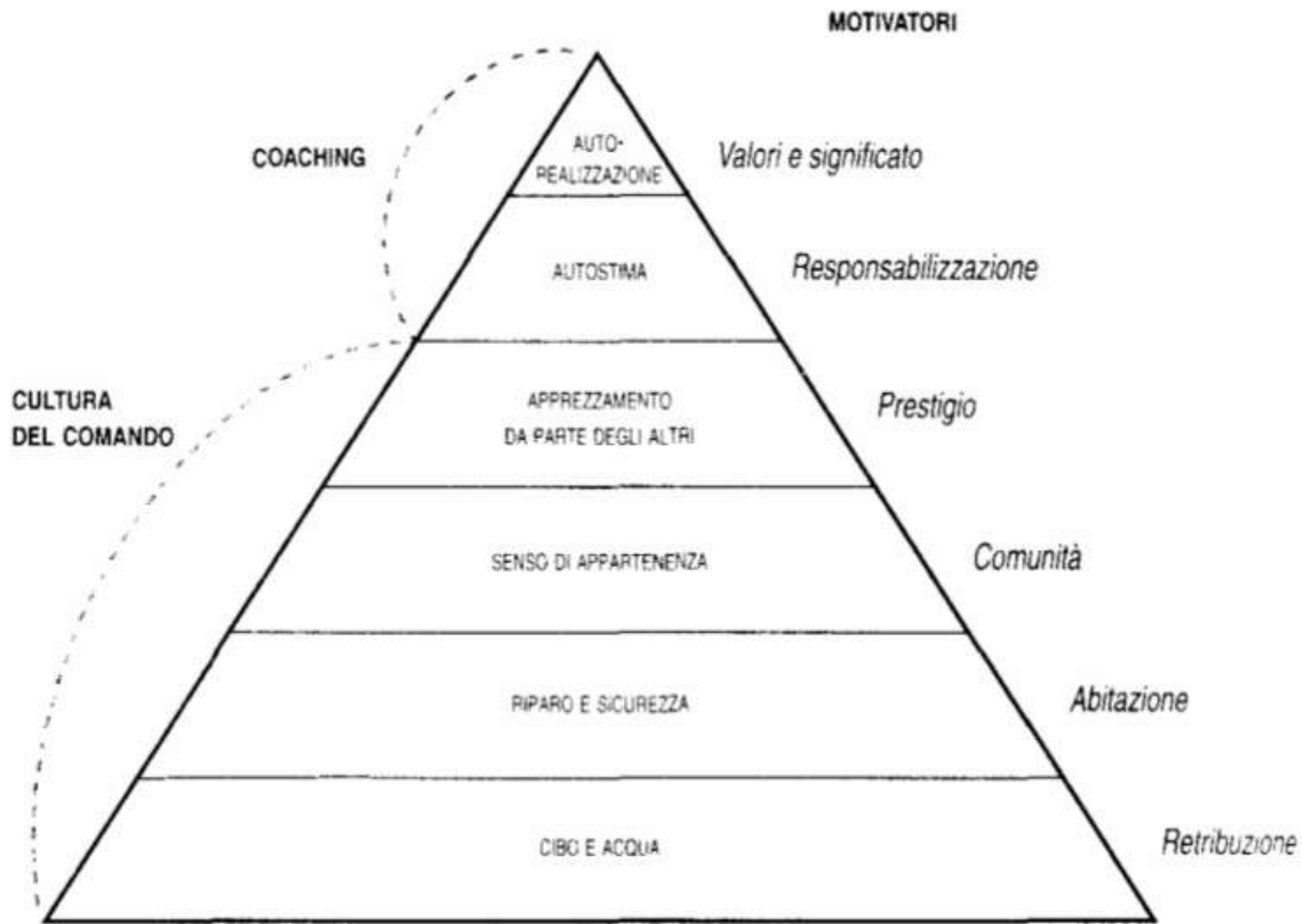
La motivazione è correlata a tre fattori:

1. **la valenza**, che è riferita alla importanza attribuita al conseguimento di un obiettivo. **La valenza può essere positiva (quando si vuole qualcosa) o negativa (quando non si vuole qualcosa). (Cosa è e quanto è importante per me!)**
2. **la aspettativa**, che è costituita dalle probabilità riconosciute dalla persona di riuscire a conseguirlo. **la aspettativa può avere solo valore positivo**, infatti se la persona non riconosce alcuna probabilità di conseguire l'obiettivo la aspettativa è pari a 0: non sono capace di perseguirlo!
3. **il valore della ricompensa**, che **si riferisce alla ricompensa derivante dal conseguimento dell'obiettivo**. (Cosa ci guadagno? Il guadagno deve essere superiore ai sacrifici e all'impegno; il gioco deve valere la candela!)

$$\blacksquare \text{ Motivazione} = \text{Valenza} \times \text{Aspettativa} \times \text{Valore}$$

ciclo della motivazione





Il cambiamento



Il cambiamento si identifica come un intervento finalizzato al **“passaggio di stato”**: una **transizione da uno stato A ad uno stato B entro un certo tempo**, da un presente t_1 ad un futuro più o meno prossimo o remoto t_2

Il cambiamento

COSA FARE

- AZIONI
- EMOZIONI

COME FARE

- CAPACITA'
- METODI
- PROCESSI

PROSPETTIVA

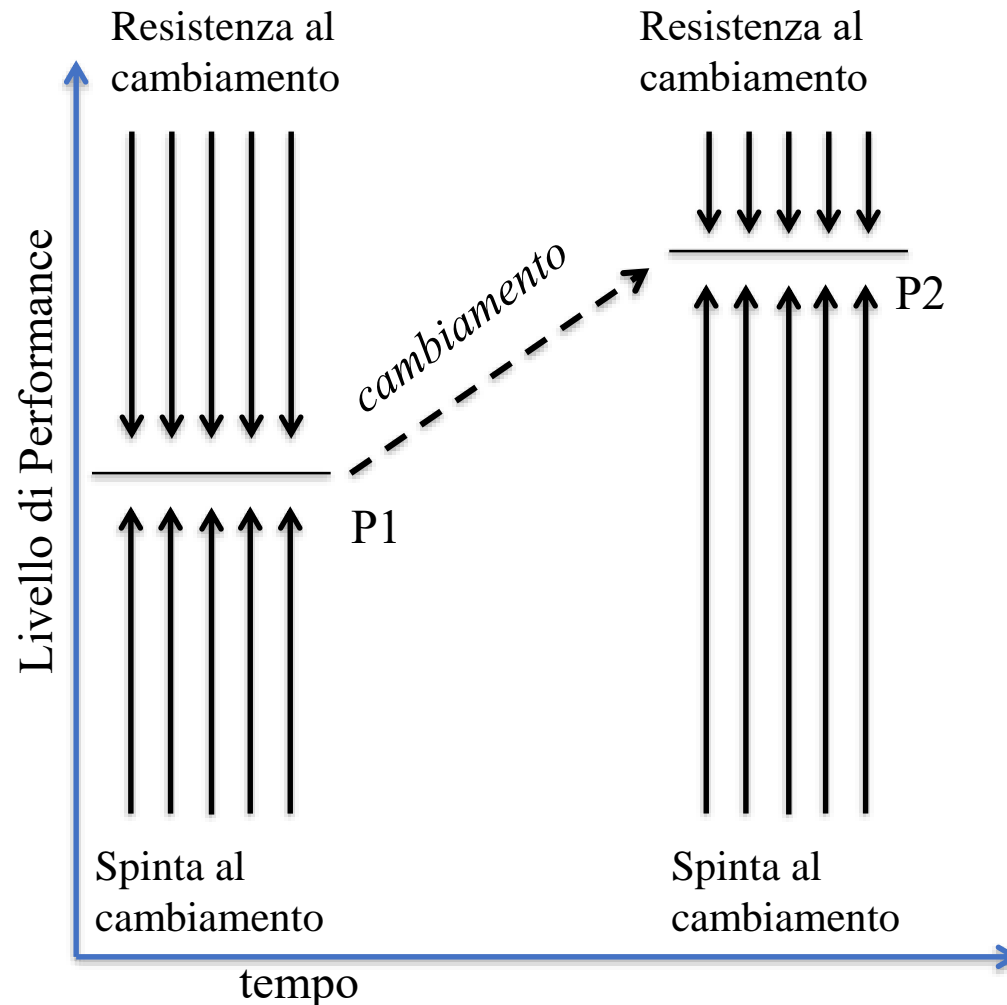
- COSA SI VEDE
- COME SI GUARDA

Il cambiamento

- il cambiamento (C) è possibile quando l'insoddisfazione (I) è maggiore (>) della situazione presente (SP), ed è chiaro il primo passo (PP) da fare ed è disponibile un valido sostegno (VS) per poterlo approntare:

$$C = (I > SP) + (PP + VS)$$

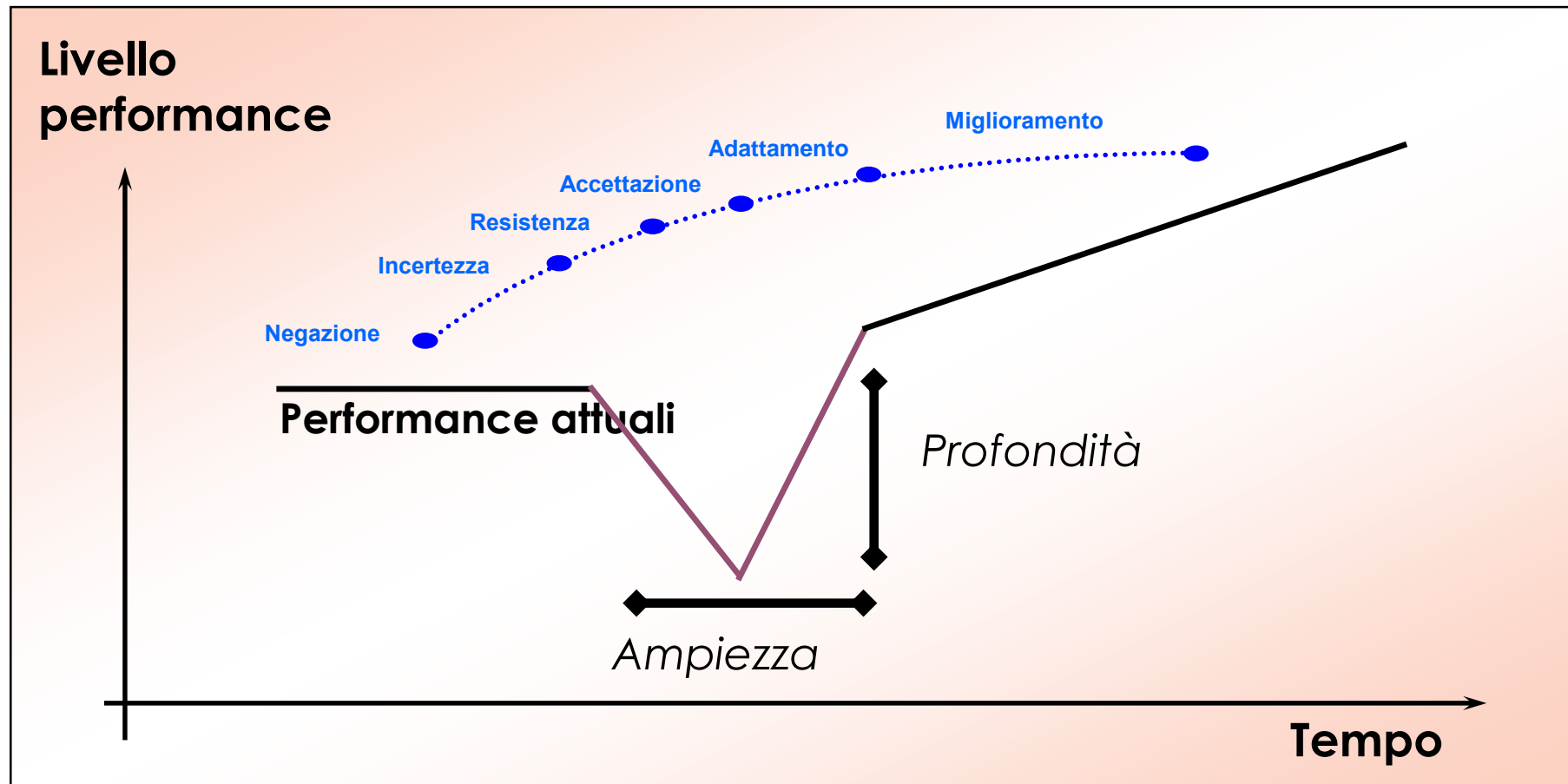
Le «resistenze» al cambiamento



- La spinta e la resistenza rispetto al cambiamento sono due **forze sempre in opposizione** all'interno dell'organizzazione
- Quando le forze sono perfettamente **bilanciate**, vi è inerzia e non cambiamento
- Per ottenere cambiamento i manager devono **accrescere le spinte e ridurre la resistenza**

Le «resistenze» al cambiamento

Il cambiamento deve essere gestito affinché siano minimizzati il periodo di caduta delle performance (ampiezza) e il livello (profondità).



Autostima

- **l'autostima è un giudizio di valore su se stessi**, è l'insieme dei giudizi valutativi che l'individuo dà di se stesso rispetto a
 - **Il proprio valore,**
 - **la propria dignità,**
 - **la propria unicità in qualità di persona**
- Tale giudizio scaturisce sia da fattori interiori individuali, sia da confronti che l'individuo fa, consapevolmente o no, con l'ambiente in cui vive.
- A costituire il processo di formazione dell'autostima vi sono due componenti: **il sé reale e il sé ideale.**
 - **Il sé reale** è una "visione oggettiva" delle proprie abilità, cioè **ciò che noi realmente siamo.**
 - **Il sé ideale** corrisponde a come l'individuo vorrebbe essere.
- L'autostima scaturisce per cui dai risultati delle nostre esperienze confrontati con le aspettative ideali.
- Possedere un'**alta autostima** è il risultato di una limitata differenza tra il sé reale e il sé ideale, significa **sopravalutare se stessi. Maggiore è la discrepanza tra ciò che si è e ciò che si vorrebbe essere, minore sarà la stima di noi stessi (Bassa autostima, sottovalutazione)**
- Un **buon livello di autostima** non significa sopravvalutarsi o attribuirsi capacità e qualità che non si possiedono
- Significa invece **essere consapevoli sia delle proprie qualità sia dei propri limiti sapendoli accettare,** significa non pretendere da se stessi una perfezione impossibile da raggiungere

L'autoefficacia - self efficacy

- **L'autoefficacia è la fiducia che la persona ha nelle proprie capacità di ottenere gli effetti voluti con la propria azione.**
- In particolare secondo il senso di autoefficacia »corrisponde alle convinzioni circa le proprie capacità di organizzare ed eseguire le sequenze di azioni necessarie per produrre determinati risultati», capacità di escogitare le strategie che ci consentono di affrontare nel modo ottimale qualsiasi evenienza (Bandura 2000)
- Il concetto di **autoefficacia** dipende da molte variabili, quali:
 - l'esito brillante di precedenti situazioni problematiche affrontate;
 - le esperienze vicarie, date dall'aver visto altri fronteggiare contesti situazionali difficili ed esserne usciti vittoriosi;
 - le autopersuasioni positive;
 - lo stato di benessere derivante dall'aver superato prove particolarmente impegnative;
 - la capacità di immaginarsi vincenti in esperienze gravose.
- Il concetto di **autoefficacia** interviene nelle valutazioni che la persona compie su se stessa e che, in ultima analisi, definiscono la sua **autostima**.
- Ad esempio se l'autoefficacia è bassa la persona ritiene che le proprie azioni raramente ottengano i risultati desiderati.
- Chiaramente una persona con bassa autoefficacia sarà portata a scegliere obiettivi più limitati e a impegnarsi di meno per raggiungerli e, a parità di complessità del compito, proverà maggiore stress.
- I livelli di autoefficacia influenzano le prestazioni nei diversi ambiti della vita privata e professionale.
- l'autoefficacia è una capacità personale

Autostima e distorsioni cognitive

- Talvolta le autoanalisi che contribuiscono definire l'autostima sono falsate dalle sue distorsioni cognitive, ovvero da pensieri che inficiano la considerazione di sé. Come ad esempio:
 - Le **inferenze cognitive**, attraverso le quali gli individui maturano delle idee arbitrarie su se stessi senza l'avallo di dati reali e obiettivi;
 - Le **astrazioni selettive**, per mezzo delle quali un piccolo particolare negativo viene estrapolato, divenendo emblematico e rappresentativo del proprio modo di essere;
 - Le **sovra generalizzazioni**, per cui si è portati a generalizzare partendo, per esempio, da un singolo tratto di personalità che contraddistingue un individuo o da un singolo episodio esperienziale che lo ha visto protagonista;
 - La **massimizzazione**, che consente di implementare gli effetti negativi di una singola azione svolta;
 - La **minimizzazione**, la quale permette di rimpicciolire la portata positiva di qualche evento;
 - La **personalizzazione**, che autorizza a sentirsi colpevole per qualche evento negativo accaduto;
 - Il **pensiero dicotomico**, che non ammette sfumature nell'ambito delle assunzioni di responsabilità, riconducendo l'analisi ai costrutti del tutto e niente (visione in bianco e nero).

Autostima ed attribuzioni causali

- Gli stili attributivi sono il modo in cui le persone tendono a **percepire ed interpretare le cause degli eventi che gli accadono**.
- Le attribuzioni possono quindi essere considerate **come il risultato di decisioni che l'individuo mette in atto, in genere in modo spontaneo, per capire chi o che cosa è responsabile degli eventi che gli accadono**.
- Il processo attributivo consiste nel **considerare un proprio risultato e poi, sulla base delle informazioni possedute, delle esperienze passate e di altri fattori individuali e motivazionali, attribuire quel risultato a una o più cause particolari**, ad esempio all'impegno, all'abilità personale, alla facilità del compito. Es. **attribuire un successo raggiunto ad una causa esterna alla persona**, quale potrebbe essere la fortuna, **oppure ad una causa interna**, come ad esempio la tenacia.
- **Gli stili attributivi si distinguono, a seconda di come venga percepita la causa dell'evento, in:**
 - **Locus of control: interni ed esterni**; ossia se la causa di un successo (o di un fallimento) è interna o esterna alla persona;
 - **Stabilità, stabili e instabili**: per cui le cause possono essere stabili o instabili nel tempo (per esempio la facilità del compito è stabile, al contrario la fortuna è instabile);
 - **Controllabilità, controllabili e non controllabili**; non tutte le cause possono essere controllate dal soggetto;
- Il proprio stile attributivo **dipende da convinzioni personali che si sono formate nel tempo**.
- Pare che **l'attribuzione a cause stabili, controllabili e interne** all'individuo è connesso ad una elevata **motivazione** e a un **innalzamento dell'autostima nell'individuo**.
- Di contro **l'attribuzione a cause esterne a sé, instabili e poco controllabili** si connette con una bassa motivazione e un calo dell'autostima e della fiducia in se stessi.

Autosabotaggi

- si indicano delle situazioni nelle quali limitiamo volontariamente il nostro apporto di energia o impegno, in alcuni ambiti della nostra vita, precludendoci possibilità di successo, per costruirci un "alibi" nella eventualità di insuccessi.
- Servono a proteggere il nostro senso di autostima, **sostenere una immagine positiva di sé**
- L'anticipazione di una giustificazione al possibile fallimento, in caso di insuccesso, di proteggere l'autostima e l'immagine di sé e, in caso di successo, di incrementare l'autostima, acquistando maggiori meriti.
- Se ci impegniamo poco, se non "spingiamo" al massimo le nostre possibilità, o se rinunciamo a fare una scelta, abbiamo un alibi nel caso di insuccesso, perché potremo sempre dire a noi stessi, e agli altri: "Se mi fossi impegnato al massimo sarebbe andata diversamente".
- **Se invece ci impegnassimo al massimo delle nostre possibilità nel caso di insuccessi non avremmo alibi.**
- Allo stesso tempo le strategie di auto sabotaggio **limitano le nostre possibilità di successo**, in quanto "**rinunciamo a scendere in campo**", e possono impedire **l'emergere di nostre capacità**.

Consapevolezza

- Il criterio fondamentale a cui attenersi nel valutare una situazione è **l'obiettività**, cioè il fattore sul quale più influiscono le opinioni, i giudizi e i pregiudizi, le aspettative e le speranze, le preoccupazioni e i timori della persona che percepisce tale realtà.
- **Essere consapevoli**, in generale, significa percepire le cose come effettivamente sono;
- **Essere consapevoli di se stessi** significa riconoscere anche i fattori interni che possono distorcere la nostra percezione della realtà.
- La maggior parte delle persone crede di essere obiettiva, ma, in effetti, l'obiettività assoluta non esiste: al massimo potremo raggiungere un certo grado di obiettività e, ovviamente, più riusciremo ad avvicinarci a essa tanto meglio.
- Quali sono stati i fattori che possono distorcere la nostra percezione della realtà e di noi stessi?

INNER GAME

- Timothy Gallwey è stato il primo a parlare di «*inner game*», applicandolo al gioco del tennis:
 - «**l'avversario che abbiamo nella mente** è molto più forte di quello che troviamo dall'altra parte della rete»
 - «**l'avversario sul campo è il vostro miglior amico**, perché vi costringe a correre e a mettere in moto tutti i muscoli»
- In questo modo ha messo in luce l'essenza del Coaching:
 - Liberare le potenzialità di una persona perché riesca a portare al massimo il suo rendimento
 - Aiutarla ad apprendere piuttosto che limitarsi ad impartirle insegnamenti



INNER GAME

- Ciò che Gallway presuppone è che dentro, in ciascuno di noi, esista una sorta di **partita giocata dalla nostra mente**, i cui **avversari** sono uno **esterno e uno interno**, chiamati rispettivamente **Self One e Self Two**.
- Il **Self One è la parte razionale**, che giudica, paragona, decide, rende distorta la nostra percezione,
- mentre **il Self Two è l'essere umano con tutte le sue potenzialità latenti e la sua capacità di imparare**.
- Secondo Gallway, il giudizio della componente **Self One interferisce costantemente nello stato di apprendimento, quindi contro il Self Two**, provocandoci infinite difficoltà.



LA PERFORMANCE SECONDO GALLWEY

- L'atleta riesce ad esprimere la sua **performance ottimale** quando riesce a ridurre al minimo gli ostacoli personali interni e sviluppa la **fiducia nelle proprie capacità di apprendere in modo naturale dall'esperienza diretta**. (W. Timothy Gallwey)
- Da qui la sua formula:
 - **PRESTAZIONE = POTENZIALE – INTERFERENZE**



CONSAPEVOLEZZA, RESPONSABILITÀ, FIDUCIA IN SÉ STESSI

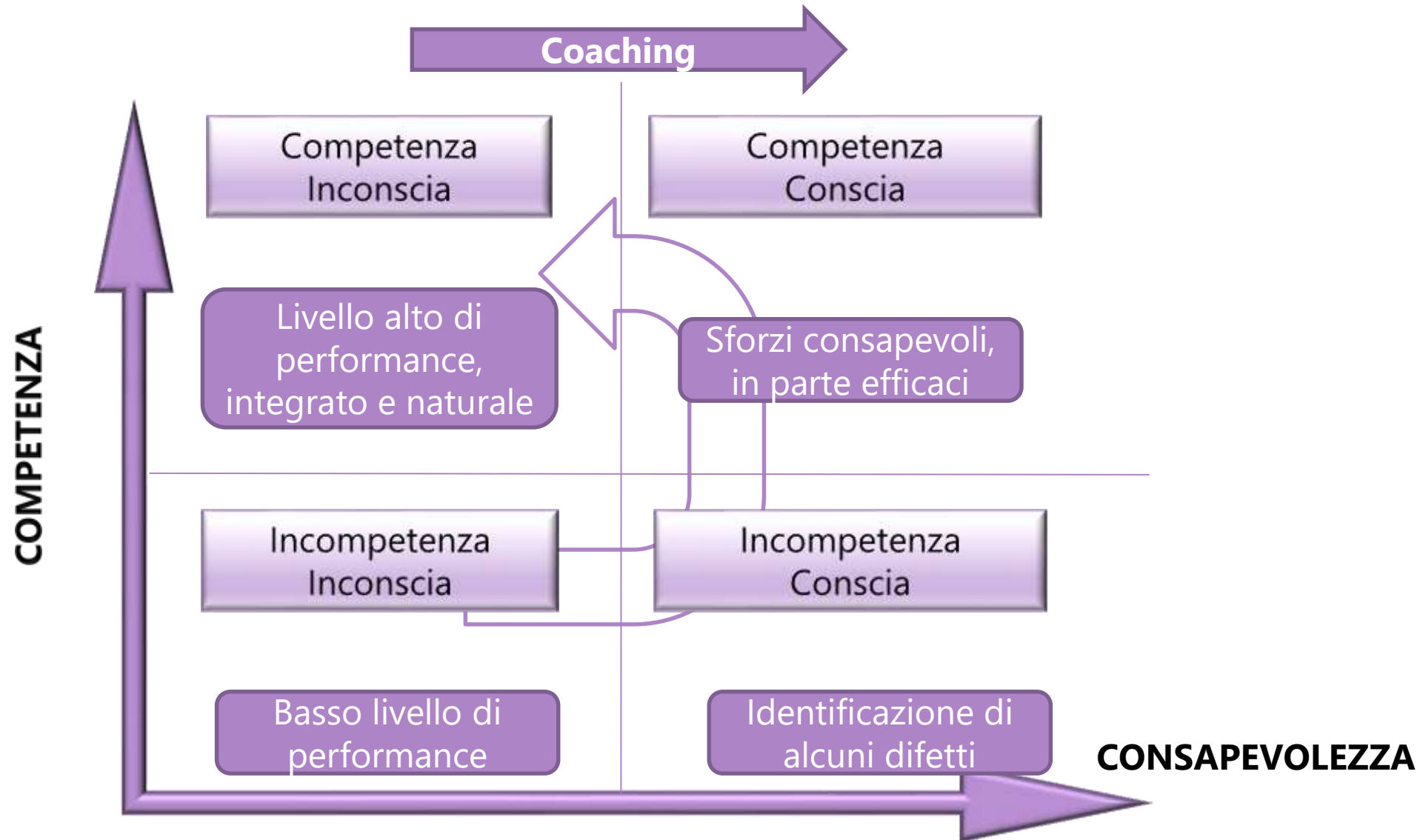
- Obiettivo di un Coach è **creare nei clienti consapevolezza, senso di responsabilità e fiducia in se stessi**
- È importante aumentare la fiducia in se stesso del cliente (la mancanza di fiducia in se stessi viene menzionata la primo posto in una ricerca sugli ostacoli interni ad una buona performance professionale)
- Siamo riusciti a creare fiducia in noi stessi quando prendiamo decisioni e intraprendiamo azioni di successo, riconoscendo la nostra piena responsabilità



- «Possiamo controllare solo ciò di cui siamo consapevoli, mentre siamo controllati da ciò di cui non siamo consapevoli. La consapevolezza ci rende più potenti»
- «Se esistesse un unico modo di fare le cose, Fosbury non avrebbe mai inventato il suo salto e Bjorn Borg non avrebbe vinto a Wimbledon»



IL PROCESSO DI APPRENDIMENTO E DI CONSAPEVOLEZZA



IL PROCESSO DI APPRENDIMENTO E DI CONSAPEVOLEZZA

1. **Incompetenza inconscia:** basso livello di performance senza alcuna diversificazione o effettiva comprensione (beata ignoranza!)
2. **Incompetenza conscia:** basso livello di performance, identificazione dei difetti e dei punti deboli. Conoscenza del proprio livello di ignoranza.
3. **Competenza conscia:** migliore performance, sforzi consapevoli e in qualche misura efficaci. Conoscenza del proprio livello di competenza
4. **Competenza inconscia:** si ha automaticamente un livello più alto di performance, di tipo integrato e naturale.



LA PERFORMANCE

- piena espressione delle proprie potenzialità: «**Azione, dimostrazione, pubblica esibizione di una particolare capacità**».
- la **completa espressione delle potenzialità** di una persona esige da parte di quest'ultima una **piena responsabilità e un totale coinvolgimento**.
- Il coaching, pertanto, rappresenta uno stile o uno strumento volto a ottimizzare realmente la performance delle persone, liberando tutte le loro potenzialità nascoste.



PERFORMANCE

PERFORMANCE

CONSAPEVOLEZZA

APPRENDIMENTO

SODDISFAZIONE



PERFORMANCE

- Nella performance elevata andiamo al di là di quelle che sono le normali aspettative, adottando il nostro massimo standard personale.
- È l'espressione delle nostre potenzialità, con una piena responsabilità e un totale coinvolgimento.
- «Inserendo il pilota automatico e volgendo altrove la nostra attenzione, riusciamo a svolgere i nostri compiti con livelli di performance anche soddisfacenti. Un livello di performance realmente alto, tuttavia, richiede una concentrazione ben maggiore e, soprattutto, nessuna distrazione»



AUTOSTIMA

Avere un'alta stima di sé equivale a sentirsi serenamente adeguati alla vita!

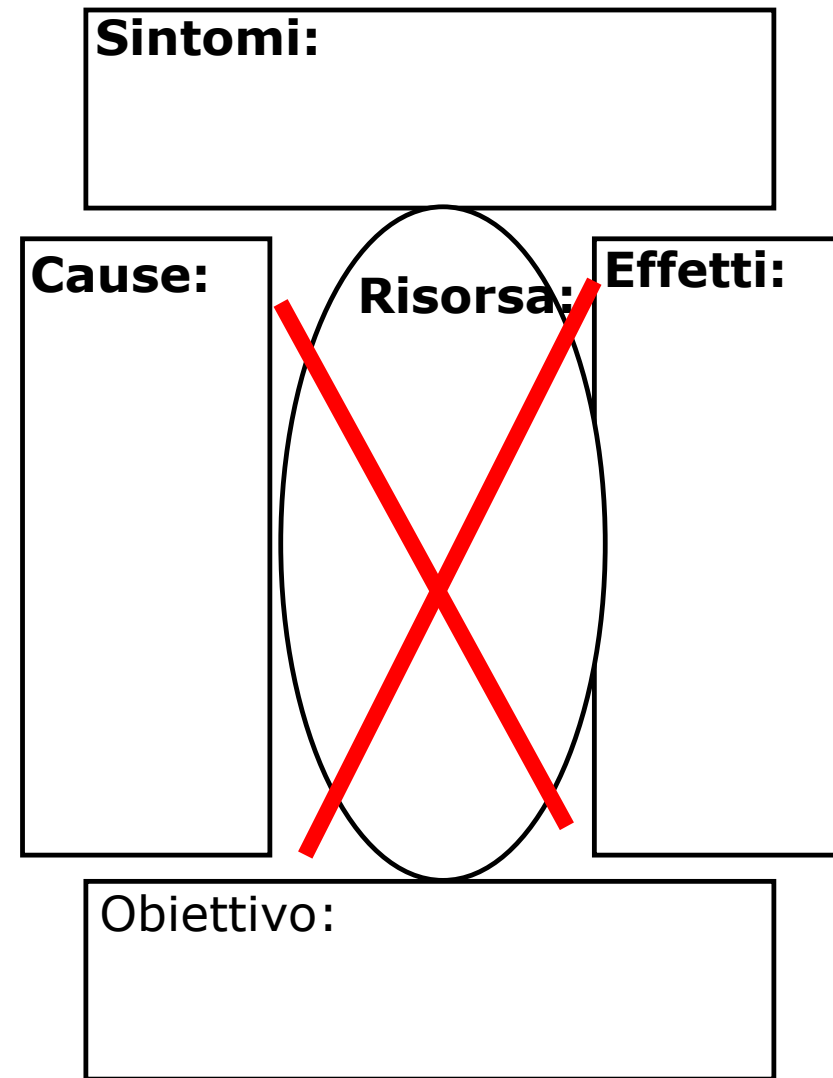


ESERCIZIO GRUPPI DI 3

- Esercizio a gruppi di 3 A, B, C.
- 20' per ciascuno
 - A coachee
 - B coach domande
 - C scrive
- Poi insieme analizzano le relazioni tra gli elementi e ottengono una rappresentazione della situazione del coachee
- Si interrogano su cosa c'è di strano?
- Quali sono i punti deboli di questa rappresentazione?
- Cosa non convince in questa rappresentazione?



Elementi	Come il coachee si rappresenta la sua situazione attuale?
Sintomo	Quale è il problema? Come fai a sapere che è un problema? Quali evidenze, indicatori? Dove? Quando? In quali situazioni, durata, frequenza, chi è coinvolto?
Obiettivo	Qual è il tuo obiettivo? Cosa vuoi ottenere? Cosa vuoi raggiungere?
Causa	Quale è la causa dei sintomi? Qual è l'origine? Da dove arrivano? Chi o cosa lo ha causato?
Effetto	Quale è l'effetto ora, a breve e a lungo termine del raggiungimento degli obiettivi? Quali vantaggi avrai? Cosa ci guadagni? Vantaggi? Bene, hai raggiunto il tuo obiettivo, quale è l'effetto?



«I problemi che affrontiamo non possono essere risolti allo stesso livello di pensiero in cui eravamo quando li abbiamo creati»

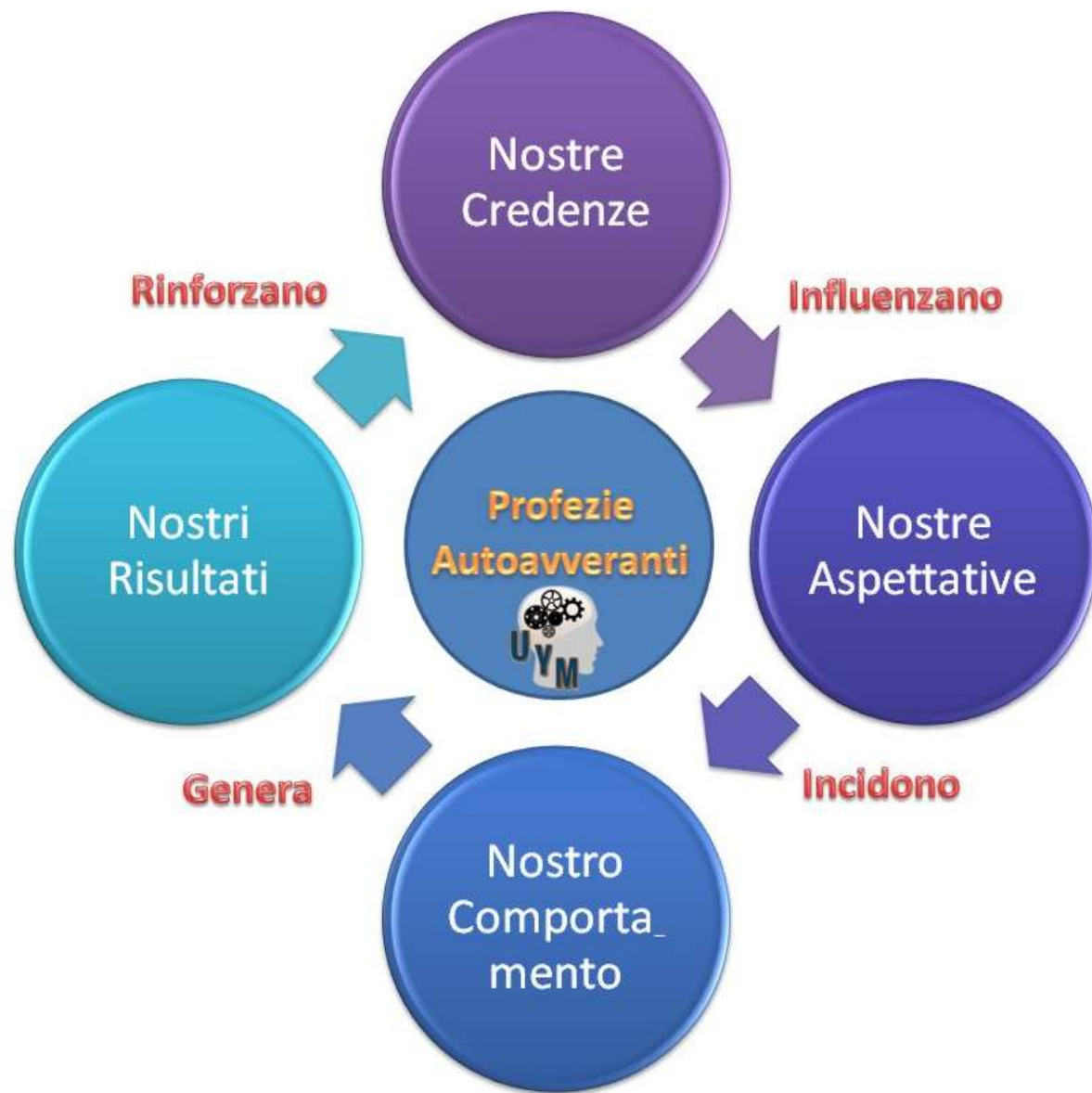
Albert Einstein

«Colui che non può cambiare la struttura stessa del suo pensiero non sarà mai in grado di cambiare la realtà, e per questo non farà mai alcun progresso»

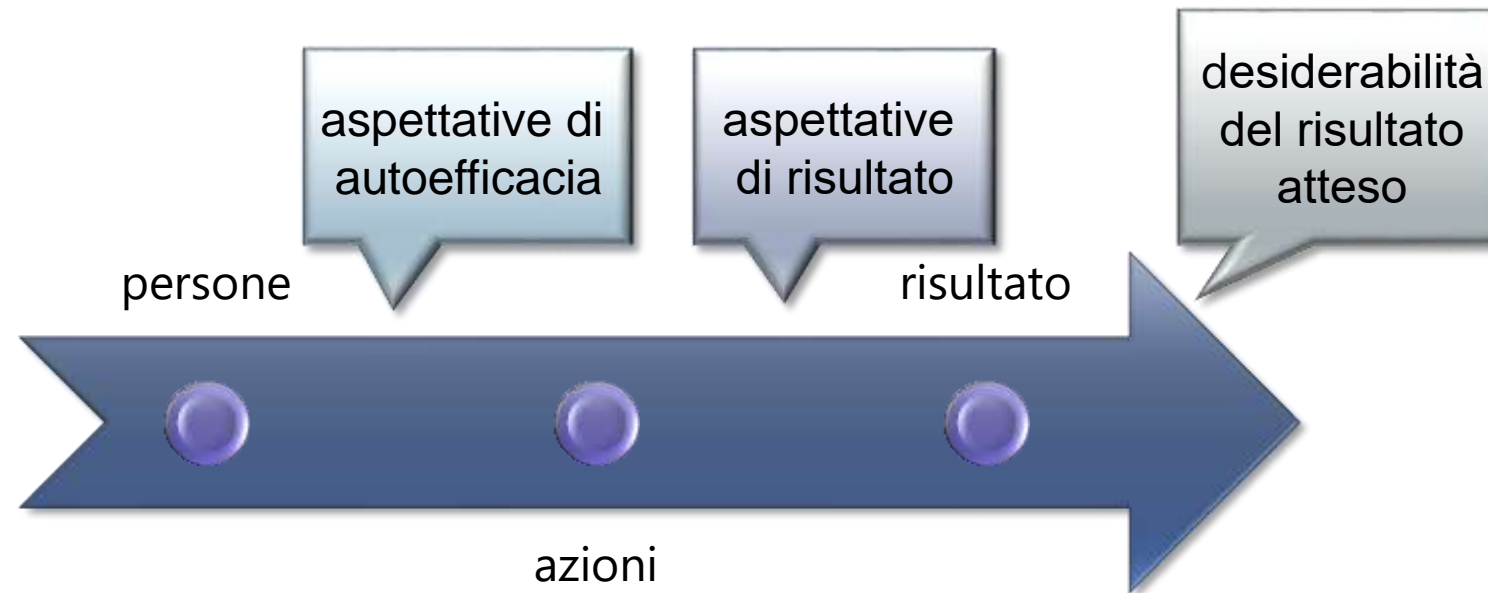
Anwar-el-Sadat



ASPETTATIVE DI AUTOEFFICACIA



OBIETTIVI - CONVINZIONI



Le **persone** mettono in atto determinate **azioni** per conseguire determinati **risultati**

Il raggiungimento dell'obiettivo dipende da:

- la **desiderabilità del risultato atteso**,
- l'**aspettativa** sull'**idoneità dell'azione** a ottenere il risultato,
- l'**efficacia attribuita a sé**, il livello di fiducia nelle proprie capacità personali.



DESCRIVERE, NON GIUDICARE



DESCRIVERE, NON GIUDICARE

- Evitare di dire ad un tiratore che ha mancato il bersaglio. Gli può essere utile sapere che il suo tiro è andato tre centimetri più in basso, se deve fare una correzione.
- Gli elementi descrittivi aggiungono valore, quelli critici lo sottraggono.



IL POTERE DELLE DOMANDE



- La domanda attiva **responsabilità e coinvolgimento** per fornire la risposta
- Le domande **direzionano il focus dell'attenzione**. Sia nella comunicazione interpersonale che nella comunicazione intrapersonale (con sé stessi).
- Le domande **danno un compito al cervello** che tende a trovare le risposte alle richieste che gli vengono fatte. Il nostro cervello ha potenzialità straordinarie e gestisce una quantità impressionante di dati; è sempre in attività, anche quando dormiamo.
- Porsi domande è una maniera di **finalizzare questo lavoro incessante** a trovare soluzioni alle questioni che ci stanno a cuore. Un esempio di questo processo è l'esperienza, abbastanza comune, di avere in mente, al risveglio, la soluzione ad una questione cui si stava pensando intensamente la sera prima.



La maggioranza dei problemi non deriva dalle risposte che ci diamo ma dalle domande che ci poniamo

(Immanuel Kant)

Anziché fornire le risposte, porre domande, così che gli interlocutori si riappropriano dei problemi di loro competenza....

Perché continuo
a fallire in
questa
situazione?

Dirige il focus
dell'attenzione
sulla ricerca di
una spiegazione

Come posso
trarre vantaggio
da questa
situazione?

Dirige il focus
dell'attenzione
sulla soluzione

In genere, le domande che iniziano con «perché» non sono efficaci, in quanto attivano, in chi ascolta, una ricerca delle giustificazioni dell'esistente

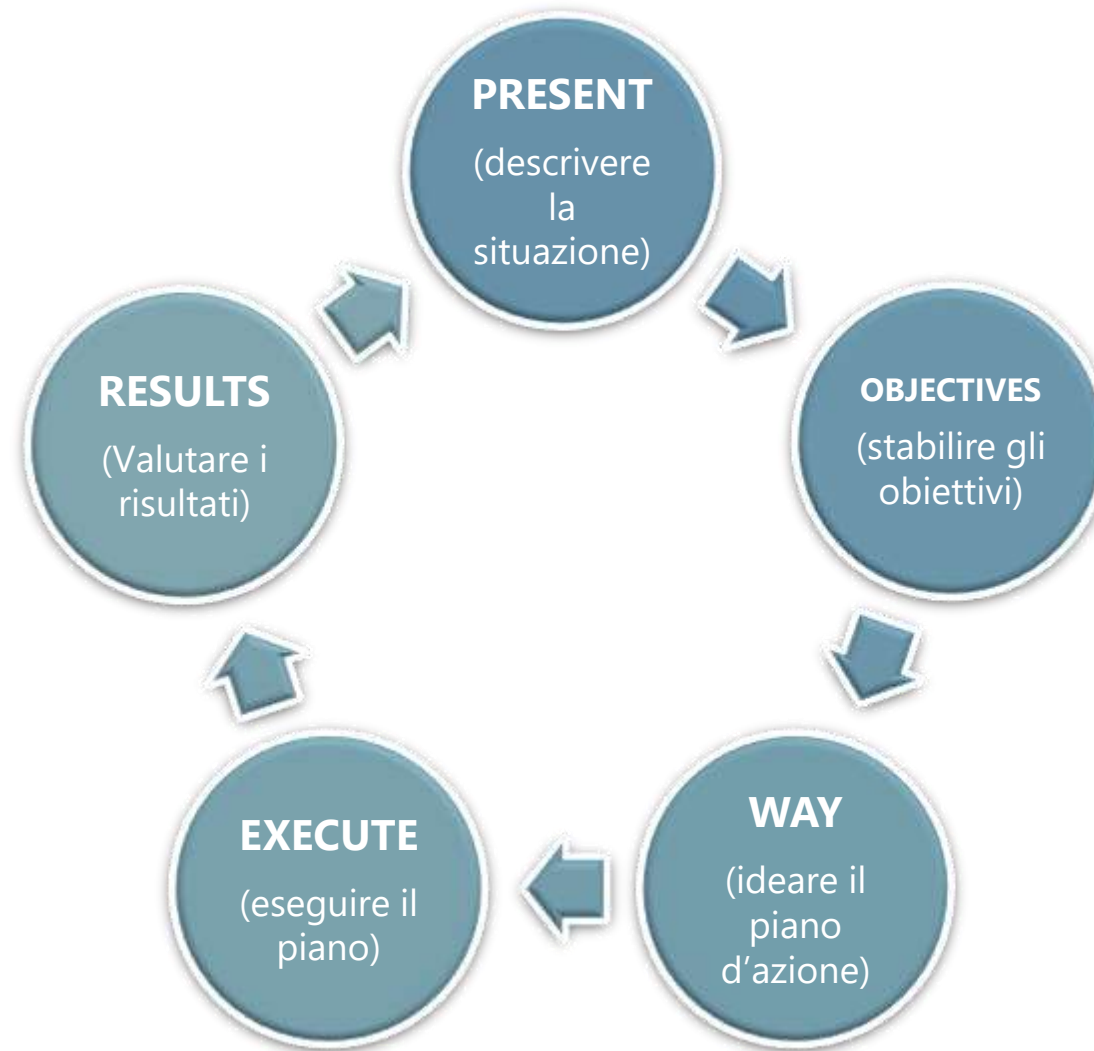


LA DOMANDA È LA RISPOSTA

- Ottenere migliori prestazioni, che si tratti di un team, di un singolo lavoratore o di noi stessi, implica **un costante cambiamento nel nostro modo di pensare e di agire.**
- Un cambiamento è un processo, un viaggio, che ha un suo preciso punto di partenza [situazione reale] e una chiara destinazione [l'obiettivo].
- Per realizzare i cambiamenti che conducono a grandi performance, **focalizzarsi su: obiettivi, aspettative, contestazione e apprendimento...**
- **guardare alle persone in termini di potenzialità, non di performance.**
- **la fiducia nelle proprie capacità è la chiave per portare alla luce le potenzialità e migliorare la performance,**



MODELLO POWER



POWER: Descrivere il presente

- Che cosa sta succedendo in questo momento?
- Chi è coinvolto?
- Quali aspetti sono importanti?
- Quali sono le conseguenze e le implicazioni di tale situazione?
- Che cosa hai fatto finora in questa situazione?
- Che risultati hai ottenuto?



OBJECTIVES: stabilire obiettivi futuri

- Che cosa vuoi ottenere? Quali sono gli obiettivi da raggiungere? Quale è la meta?
- Da chi dipende il raggiungimento di questo obiettivo? Quanto controllo hai della situazione per raggiungerlo?
- Definire obiettivo SMART?
 - E' specifico?
 - E' raggiungibile?
 - E' chiaro?
 - Quali risorse occorrono?
 - Cosa serve per attuarlo?
 - Come farai a sapere di averlo raggiunto?
 - Come verrà misurato?
 - Quanto tempo serve per raggiungerlo? Entro quando l'avrai raggiunto?



WAY: Alternative e scelte

- Quali sono i passi da fare per raggiungere questo obiettivo?
- Quali sono le alternative possibili per raggiungerlo?
- Quali sono i vantaggi e quali gli svantaggi delle alternative per raggiungerlo?
- Chi potrebbe aiutarti a realizzarle?
- Quale opzione preferisci? Per quale motivo?
- Cosa farai per metterla in pratica?
- Con una scala da 1 a 10, quale è il tuo livello di volontà nel mettere in atto questo piano?



EXECUTE: eseguire le azioni

- Stabilite le azioni e avuto conferma, la responsabilità dell'applicazione è del coachee
- Verificare gli esiti delle azioni tra un incontro e l'altro



RESULTS: rivedere i risultati

- Come è andata?
- Quali progressi sono stati fatti nei confronti degli obiettivi prefissati?
- Cosa è stato facile?
- Cosa è stato impegnativo?
- Quali ostacoli hai incontrato?
- Cosa hai imparato?
- Cosa ti ha impedito di raggiungere l'obiettivo?
- Cosa puoi fare di diverso? Cosa puoi fare diversamente?
- Con una scala da 1 a 10, quale è il tuo livello di volontà nel mettere in atto questo piano?



IL MODELLO GROW (CRESCITA)

- Fissare l'OBIETTIVO, a lungo, a breve e a brevissimo termine

1

Goal

- Verificare la REALTA', i dati di fatto, per analizzare la situazione di partenza

2

Reality

What When
Who Will

4

- Verificare CHE COSA si deve fare, QUANDO farlo, CHI deve farlo, e la VOLONTA' di farlo

Options

3

- Verificare le OPZIONI e le strategie alternative d'azione



LA SEQUENZA DI DOMANDE DOVREBBE SEGUIRE QUATTRO PUNTI BEN DISTINTI:

1. fissare l'obiettivo sia della sessione, sia nel breve e lungo termine (Goal)
2. verificare la realtà, cioè i dati di fatto, al fine di analizzare la situazione (Reality)
3. verificare le opzioni e le strategie alternative d'azione (Options);
4. verificare che cosa (What) si deve fare, quando farlo (When), chi deve farlo (Who) e la volontà di farlo (Will).



GOAL: L'OBIETTIVO

Obiettivo finale /destinazione / Meta

- Prova positiva del risultato ottenuto
- Obiettivo adeguatamente specificato
- Misurato ne tempo
- Conseguenze per se, altri, ambiti di vita, rinunce, cosa conservare, costi, impegno, vantaggi per se ed altri,
- Traguardi

Obiettivo di mezzi / percorso / operativo

- Feedback proattivo
- In che modo valutare, con che frequenza, come capire se si è sulla strada giusta
- Risorse (oggetti, persone, qualità, tempo, denaro, modelli di ruolo, libri, esempi...
- Misurato nel tempo
- Piano di azione
- Conseguenze se altri



GROW: GOAL

- Che cosa vorrebbe ricavare da questa sessione di coaching?
- Provi a immaginarsi tra un anno: quale vorrebbe che fosse la sua situazione personale o professionale ideale? Cerchi di descrivermi nel dettaglio come dovrebbe essere....
- (In questo caso la risposta può essere direttamente legata o meno all'attività professionale che il coachee sta effettivamente svolgendo in quel momento, senza alcun intervento di carattere critico da parte del coach.)
- Quali sono gli elementi di questo scenario futuro di cui attualmente avverte con più intensità la mancanza?
- Quanto ritiene importante ciascuno di tali elementi? (Potete ricorrere a una valutazione su una scala da 1 a 10.)
- Quale sarebbe, quindi, l'obiettivo che vorrebbe raggiungere in relazione a...?
- Quando vorrebbe raggiungere tale obiettivo?
- Nel suo intimo, che cosa vorrebbe veramente dalla sua vita personale o professionale?
- Se l'obiettivo che lei si propone le sembra un po' troppo lontano rispetto alla sua situazione attuale, potrebbe indicarmi uno o due obiettivi intermedi?
- Dalla situazione in cui si trova attualmente, quale sarebbe il primo passo che si sentirebbe di compiere con relativa tranquillità?



GROW: GOAL

- Di chi è l'obiettivo?
- Che cosa vorrebbe ricavare da questa da questo percorso?
- Che cosa vorrebbe ricavare da questa sessione?
- Disponiamo di tot tempo. Che cosa si propone di ottenere in questo tempo?
- Qual è la cosa più utile che vorrebbe portare con sé al termine di questa sessione?
- Che cosa vorresti ricavare da questo incontro?
- Che cosa ti proponi di ottenere in questo tempo?
- Qual è la cosa più utile che vorresti portare con te al termine di questa giornata?
- Quali sono stati i fattori che hanno determinato la sua decisione?
- A cosa potrà servirti tutto questo?
- Quale sarà il vantaggio che ne avrai?
- qual è lo scopo per cui partecipi?



LA REALTA`

- Quanta parte della sua attuale situazione riesce a sentire effettivamente sotto il suo controllo?
- Cosa c'è che le provoca la maggiore insoddisfazione?
- Quale esigenza si cela dietro questa insoddisfazione?
- Che cosa potrebbe soddisfare tale esigenza?
- Che cos'altro la turba? Me lo descriva in modo più dettagliato.
- Quando si manifesta, accade? Con chi? Da quanto tempo? Con quale frequenza?
- Quali conseguenze genera?
- Che cos'altro la soddisfa? Me lo descriva in modo più dettagliato.
- Quali sono le attività che hanno più senso per lei, al lavoro o fuori di esso?
- Quali sono le qualità, le caratteristiche che le rendono sensate, significative?
- Se dovesse stabilire uno scopo per la sua vita, quale sarebbe?
- Se potesse scrivere in questo momento il suo epitaffio. Che cosa vi metterebbe? (E una buona domanda. ma state molto attenti al tipo di persona cui la ponete.)
- Dove, quando, con chi, cosa, chi, per chi?
-



LE OPZIONI

- Quali opzioni le sembra di poter individuare per cambiare le cose?
- Che vantaggi ricaverebbe così facendo? E che cosa perderebbe?
- Come potrebbe essere certo che non sorgerebbero gli stessi problemi?
- Che tipo? Oltre a ciò cos'altro intende fare?
- In che altro modo? Dove? E altrove?
- Che cosa vorrebbe cambiare! Che cosa potrebbe fare per operare tale cambiamento?
A chi potrebbe rivolgersi per far cambiare altri aspetti?
- Se lei fosse in grado di cambiare tutto quanto, fino a che punto i suoi bisogni sarebbero soddisfatti?

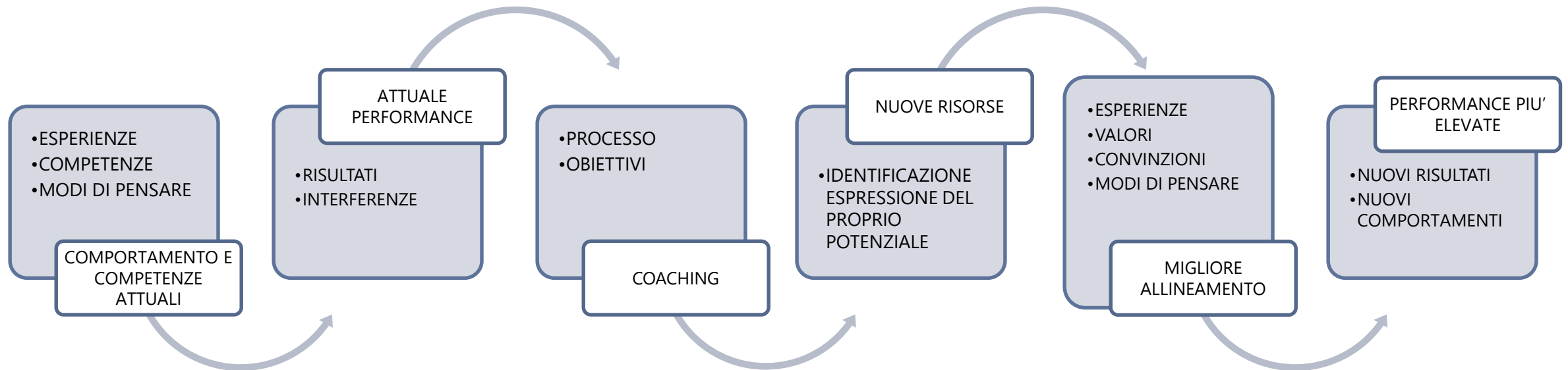


GROW: WAY, WHAT, WHEN,

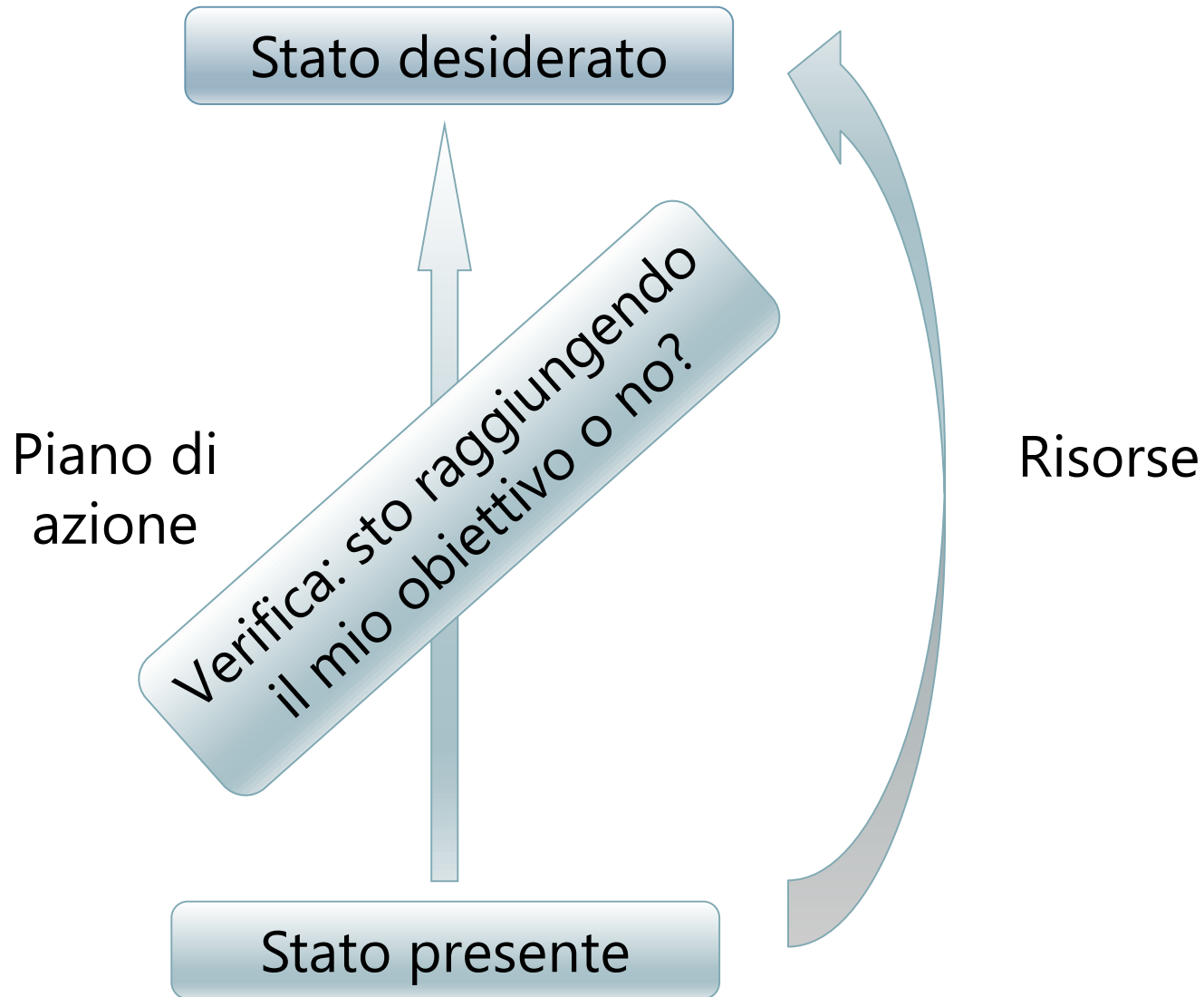
- Che cosa intendete fare? (implica una decisione e NON «Che cosa potreste fare!» o «Che cosa pensate di fare» o «Quale di queste azioni preferireste!»)
- A quale delle alternative vi atterreste?
- Quando lo farete?
- La vostra azione vi condurrà all'obiettivo? (domanda di controllo prima di andare avanti)
- Quali ostacoli potreste incontrare? scenari catastrofici **legati a fattori esterni**, i ostacoli originati da **fattori interni**, per esempio eccessivi timori
- Chi dovrà essere al corrente dell'azione?
- Di quale aiuto avrete bisogno?
- Come e quando otterrete tale aiuto?
- Quali altre considerazioni ci sono da parte vostra?
- Valutate su una scala da 1/ a 10 il vostro **grado di sicurezza sul fatto che porterete a compimento le azioni concordate**. Non si tratta di valutare la certezza del risultato reale, bensì la **volontà di portare a termine quanto gli compete**. La piena realizzazione del piano può dipendere da intese o da azioni che dipendono a loro volta da altri, e questo non è possibile valutarlo in alcun modo.
- **Che cosa vi impedisce di attribuirvi un bel 10?** Se avete espresso una valutazione inferiore a 8, in che modo potreste ridurre il vostro obiettivo o prolungarne i tempi di realizzazione così da far salire la valutazione fino a 8 o anche oltre? Se la vostra valutazione continua a restare al di sotto di 8. rinunciate all'azione perché è assai improbabile che possiate farcela.



IL PROCESSO DEL COACHING



A PROPOSITO DI OBIETTIVI



- Un obiettivo è determinato dallo
 - Stato presente
 - Stato desiderato
- Lo stato desiderato viene raggiunto mettendo in pratica una serie di azioni
- Per raggiungere l'obiettivo è necessario accedere ad alcune risorse personali ed utilizzarle.
- L'obiettivo deve prevedere una procedura di verifica dei risultati
- Ogni obiettivo è ispirato da uno o più valori



OBIETTIVI E VALORI

- Ogni **obiettivo è generato dai valori**, è **espressione di un valore** che vogliamo soddisfare
- I valori sono tutto ciò che per noi è importante. Sono **stati mentali e criteri operativi** e di solito sono astratti: es. amore, amicizia, salute, rispetto, libertà...
- I valori **possono essere diversi in contesti diversi**: ciò che è importante nei rapporti interpersonali non è detto che lo sia anche nel lavoro
- **I valori si manifestano nei comportamenti**, ma sono soggettivi (sia valori che comportamenti), perciò è importante capire i valori implicati sia negli obiettivi operativi che finali
- **I valori sono sinonimi di motivazione.**
- Non esistono valori cattivi
- **Il mancato rispetto dei valori è un ostacolo al raggiungimento dell'obiettivo finale ed operativo**



Schema di classificazione dei valori

	INTERNI	ESTERNI
FINALI	BENESSERE ↑	
STRUMENTALI	AUTOSTIMA ↑ STATUS SOCIALE ←	BELLEZZA AUTOMOBILE

- I valori **strumentali** sono dei mezzi per soddisfare valori **finali**. (Es: la ricchezza mi permette di vivere con sicurezza)
- Io scelgo un'auto per la **sua** "bellezza" (valore **esterno** a me).
- Questo acquisto soddisfa il **mio** valore (**interno**) "status sociale"
- I valori **esterni** sono sempre **strumentali**.

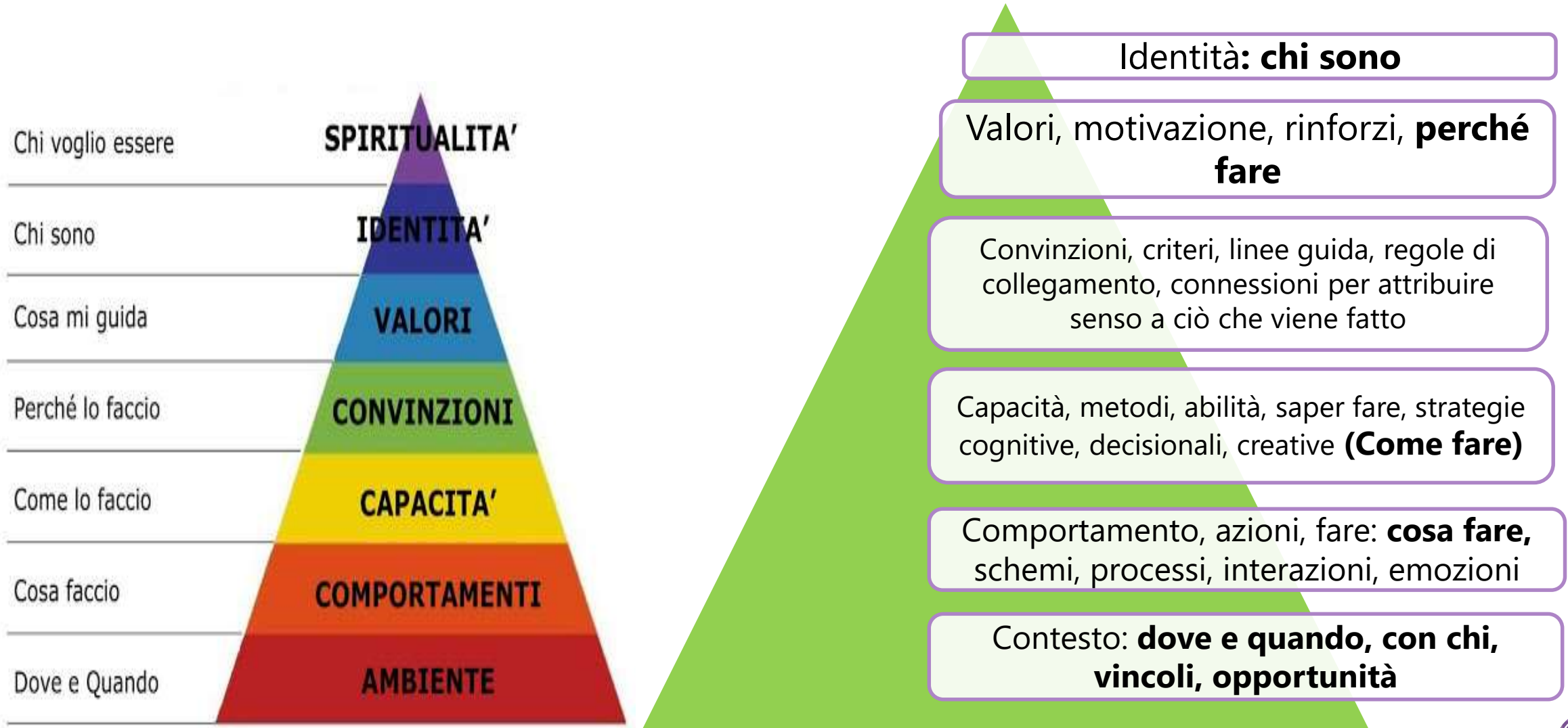


OBIETTIVI E VALORI

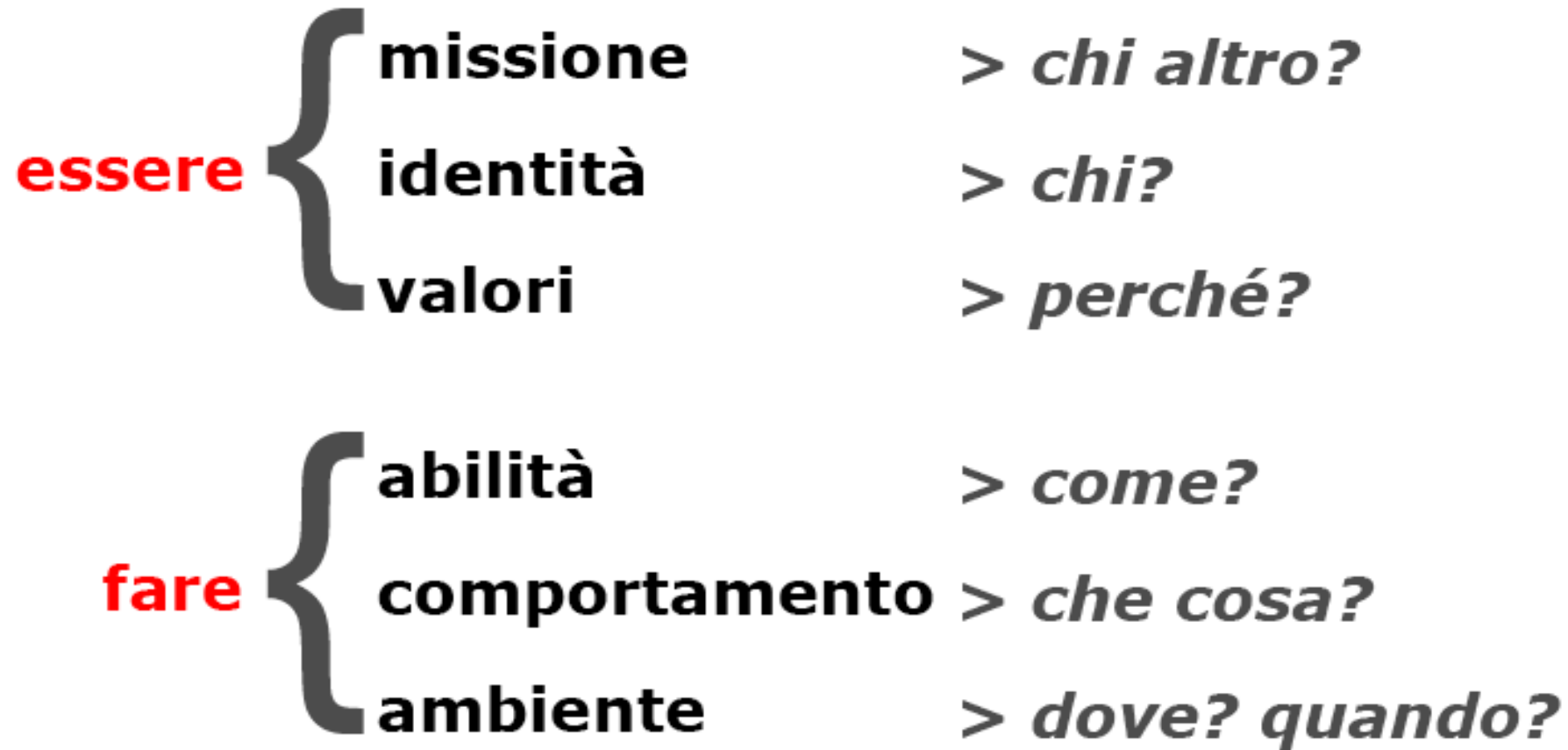
- L'individuazione del valore fondamentale connesso a l'obiettivo:
 - Quale è l'obiettivo del cliente?
 - Quando avrà raggiunto l'obiettivo che cosa ne ricaverà? (valore) oppure
 - Immagini di aver raggiunto l'obiettivo, che cosa le darà? (valore)
 - Cosa c'è d'importante per lei nel soddisfare tale valore?
 - Cosa ne ricaverà dalla soddisfazione di tale valore?
 - Si continua fino a che il cliente non giunge a qualcosa di davvero importante



LIVELLI LOGICI DEL CAMBIAMENTO



i livelli logici di pensiero



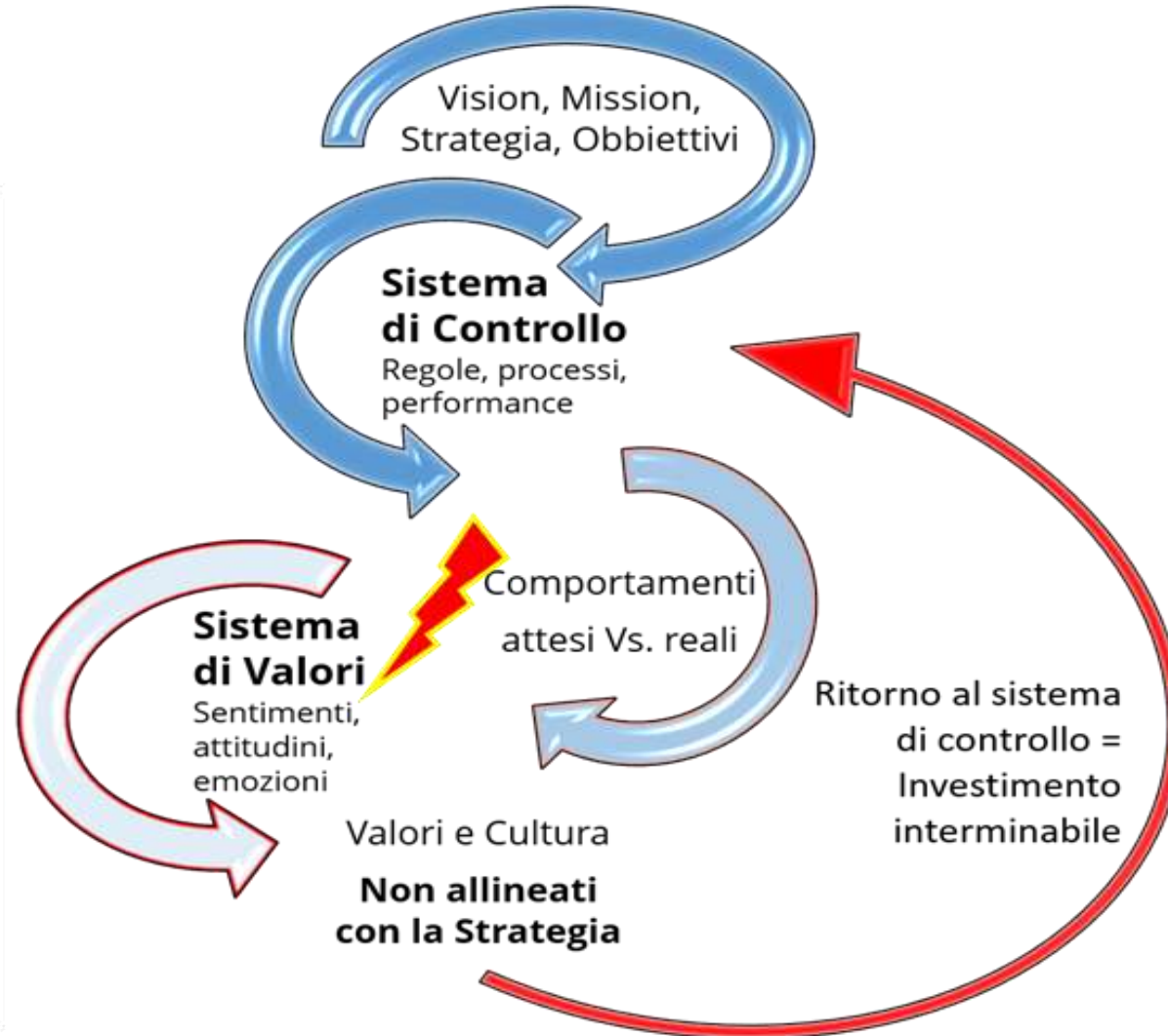
LIVELLI DI CAMBIAMENTO E APPRENDIMENTO

Ambiente	Dove, quando, con chi	Reazione	Contesto di apprendimento	Presenza / Assenza di stimoli, opportunità Vincoli limitazioni
Comportamenti	Che cosa fare	Azione	Apprendimenti di compiti specifici, metodo empirico, dimostrazioni	Abitudini
Capacità	Come fare	Orientamento, scelta	Riflessione, connessioni, concettualizzazione, riproduzione, autoefficacia	Autosabotaggi, alibi,
Convizioni e valori	Perché fare	Motivazione impegno	Influenza, attribuzione d'importanza, senso, significato Interazioni, relazioni	Convinzioni limitanti, pensieri disfunzionali, irrazionali
Identità	Chi	Autorealizzazione Autostima Immagine di sè	Ispirazione Scopo Missione	Paure senso del dovere

IL DISALLINEAMENTO VALE SIA PER I SISTEMI ORGANIZZATIVI CHE PER LE PERSONE

Quando la strategia e gli obiettivi sono imposti (push) per mezzo di un Sistema di Controllo ma senza l'accompagnamento di un reale Sistema di Valori (pull), le persone e i comportamenti non sono allineati.

In casi come questo, l'ingranaggio organizzativo richiede un enorme dispendio di energia per mantenere il controllo sul processo, ma da scarsi risultati.



LE DIMENSIONI DELL'OBIETTIVO

Relazione con sé

Relazione con i compiti

Relazione con gli altri



UN OBIETTIVO È "BEN FORMATO" QUANDO:

1. è espresso in termini positivi;
2. è sotto la responsabilità di chi se lo pone;
3. è verificabile / misurabile;
4. è specificato il tempo che ci vorrà a raggiungerlo;
5. è sensorialmente basato
6. è "ecologico"



IN TERMINI POSITIVI

Ci muoviamo **VERSO**

Ciò che
desideriamo,
che ci procurerà
**una sensazione
piacevole**

Ciò che non
desideriamo,
che ci procurerà
**una sensazione
spiacevole**

Ci muoviamo **VIA DA**



ECOLOGIA DELL'OBBIETTIVO

- Un obiettivo è «**ecologico**» quando si colloca senza conseguenze negative nella nostra vita, senza nuocere a noi, a parti di noi o al contesto in cui siamo inseriti.
- Un indicatore dell'ecologia di un obiettivo è quando lo desideriamo con tutti noi stessi.
- Se alcune parti di noi hanno delle riserve, ne boicotteranno il raggiungimento.
- **Le eventuali perplessità, i conflitti interni, i dubbi vanno quindi risolti e negoziati preliminarmente.**



OBIETTIVI «SENSORIALMENTE BASATI»

- Il linguaggio «sensorialmente basato» è caratterizzato dall'utilizzo di termini:
 - che riguardano immagini (visivi),
 - che riguardano suoni e parole (auditivo)
 - che riguardano sensazioni (cenestesico)
- e dall'assenza di concetti astratti (come «successo», «armonia», «comunicazione», ecc.)
- **La nostra mente lavora tanto meglio quanto più l'obiettivo è specifico dal punto di vista sensoriale.**
- Per ottenere una formulazione sensorialmente basata, rispondi alle domande: qual è l'immagine con cui ti rappresenti il raggiungimento dell'obiettivo? Descrivila. Dove sei? Ci sono altre persone? Si sentono suoni? C'è un dialogo interno? Che sensazioni ti procura questa immagine?
- **Se non riesci a rappresentarti sensorialmente un obiettivo, non riuscirai nemmeno a raggiungerlo.**



TECNICA DELLO SCENARIO FUTURO

Aiuta a definire l'obiettivo

- Come si presenterà lo scenario una volta raggiunto l'obiettivo?
- Quale sarebbe lo scenario una volta raggiunto l'obiettivo o risolto il problema?
- Quali sarebbero gli indicatori concreti del cambiamento?
- Da cosa vi accorgereste che l'obiettivo è stato raggiunto? O il problema risolto?
- Cosa vedi tu? Cosa vedono gli altri? Cosa vedremo?
- Cosa senti tu di diverso?
- Cosa fai di diverso?



TECNICA DELLO SCALATORE

Aiuta a definire l'obiettivo

- Immaginiamo il percorso a ritroso, dove a 10 c'è la meta, a 9 cosa c'è un obiettivo parziale e così via cosa accadrà a 9, 8, 7... a 1 cosa c'è, ?
- Cosa ci farebbe capire che stiamo andando nella giusta direzione?
- Quale sarebbe il più piccolo e concreto cambiamento che ci indicherebbe che stiamo andando nella direzione desiderata?
- Dove ci troviamo ora nella scala?
- Quale è il più piccolo passo che è alla tua portata che intendi fare verso la direzione dell'obiettivo?



GRIGLIA DOMANDE

In positivo	<ul style="list-style-type: none">• Che cosa vuoi ottenere?
Responsabilità	<ul style="list-style-type: none">• Il raggiungimento dell'obiettivo dipende solo da te, o intervengono altri fattori?
Verificabilità misurabilità	<ul style="list-style-type: none">• Come farai a sapere che hai raggiunto l'obiettivo? Quali evidenze userai?• Come farai a verificare i tuoi progressi nel raggiungere l'obiettivo? Quali evidenze userai?• L'obiettivo è misurabile? Se sì, quali indicatori/parametri userai per misurare progressi e raggiungimento?
Tempo	<ul style="list-style-type: none">• In quanto tempo vuoi raggiungere il tuo obiettivo?• Ci sono tappe intermedie? Definiscine i tempi.
Sensorialità	<ul style="list-style-type: none">• Come ti rappresenti il raggiungimento dell'obiettivo? Con quale immagine? Ci sono suoni, voci? Che sensazioni ti dà tutto questo?
Ecologia	<ul style="list-style-type: none">• Da uno a 10, quanto desideri raggiungere il tuo obiettivo?• Cosa perderesti se raggiungessi l'obiettivo?• Cosa fa di buono per te non raggiungere l'obiettivo?

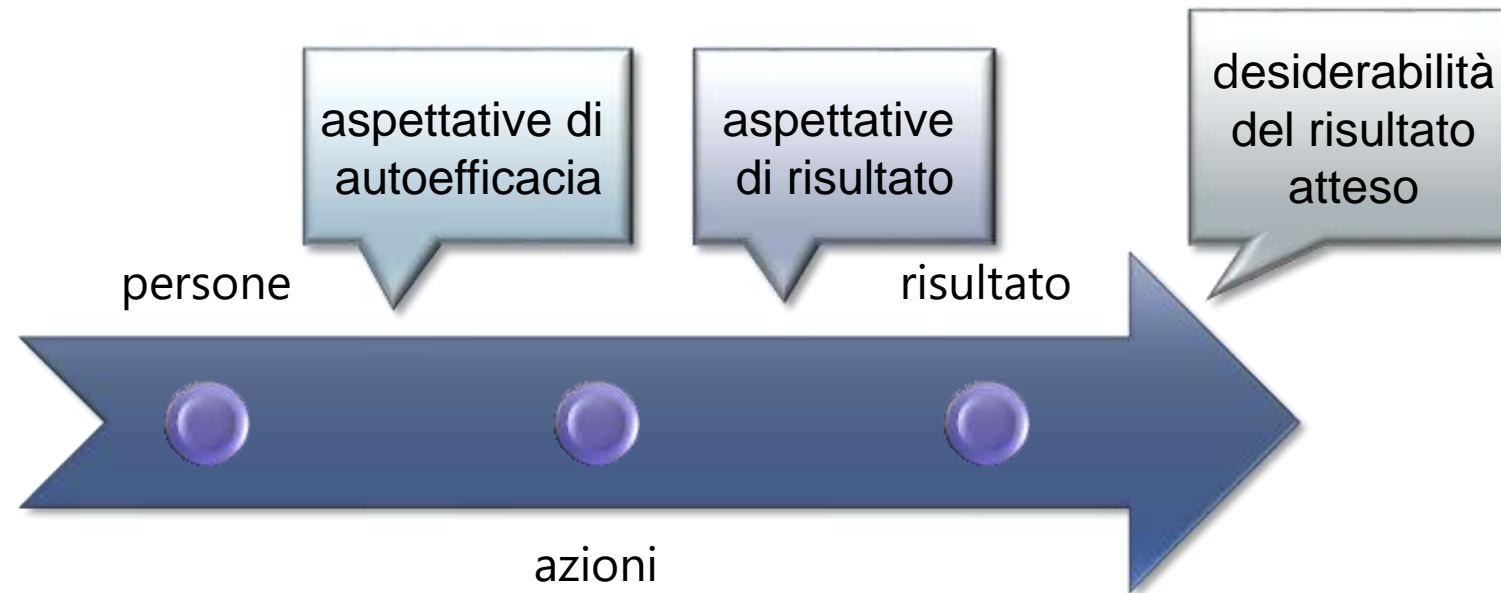


ESERCIZIO GRUPPI DI 3

- 20' a giro
 1. A aiuta B a formulare un obiettivo relativo alla sua vita professionale o personale sottoponendolo alla griglia domande
 2. C scrive
 3. Feed-back



OBIETTIVI - CONVINZIONI



Le **persone** mettono in atto determinate **azioni** per conseguire determinati **risultati**

Il raggiungimento dell'obiettivo dipende da:

- la **desiderabilità del risultato atteso**,
- l'**aspettativa** sull'**idoneità dell'azione** a ottenere il risultato,
- l'**efficacia attribuita a sé**, il livello di fiducia nelle proprie capacità personali.



ESERCIZIO GRUPPI DI 3

- 20' a giro
 1. A aiuta B a formulare la **desiderabilità e l'aspettativa di efficacia relativa al suo obiettivo** relativo alla sua vita professionale o personale sottoponendolo seguendo la griglia di domande
 2. B risponde
 3. C scrive
 4. Feed-back



APPROCCIO E ANALISI DEL PROBLEMA

- Ricerca delle cause che generano il problema (Perché?)
- Come funziona e si mantiene il problema (come manteniamo e aggraviamo?)
- Ricerca della soluzione (cosa voglio? Fare "come se")



TIPI DI PROBLEMI

tipo	oggetto
Personale	Relazione con sè
Relazionale	Relazione con altri
Organizzativi	Relazione con contesto, compiti, obiettivi...
Cambiamento	Relazione con aspettative, punti di vista... resistenze



LIVELLI LOGICI DEL PROBLEMA



COME CONTRIBUIAMO ALLA CREAZIONE E MANTENIMENTO DEL PROBLEMA?

- Le Tentate soluzioni sono un modo per trasformare una DIFFICOLTÀ in un PROBLEMA
- Mantengono e alimentano il problema attraverso
 - Azioni che si fanno quando non si dovrebbe
 - Azioni che NON si fanno quando si dovrebbe
 - Azioni fatte in modo INAPPROPRIATO
 - Si fanno sempre le stesse azioni, anche quando non producono cambiamenti, anzi si continua a fare di più la stessa cosa



COME PEGGIORARE IL PROBLEMA?

- Come potrei peggiorare la situazione?
- Cosa potrei fare?
- Se invece di migliorare volessimo peggiorare La situazione cosa dovremmo fare? Cosa dovrebbero fare gli altri?
- Cosa puoi fare per rovinare tutto?



LA RISORSA

- La risorsa è un'AGGIUNTA allo spazio problema e porta alla soluzione.
- Con l'aggiunta della "Risorsa" si modifica la struttura dello spazio problema, cioè cambiano le relazioni tra gli elementi del sistema.
- Una risorsa può essere: un compito, un incarico, un'esperienza, un esempio, una capacità, una prospettiva diversa o altra, un modello, un feedback, una parafrasi, una ristrutturazione....
- A quale livello del problema, a quale elemento, dimensione aggiungiamo la risorsa?
 - A quale Livello logico?
 - Nella cornice temporale?
 - Nelle posizioni percettive?



LA RISORSA

- Cosa si può aggiungere? Cosa fa traboccare il vaso? In modo da imparare a:
 - Separare, fare distinzioni (cosa deve separare, distinguere, quali cause/effetti – quali equivalenze, quali generalizzazioni... quali convinzioni limitanti)
 - Connettere o riconnettere, riconfigurare (quali altri collegamenti positivi fare? Quali alternative... quali convinzioni potenzianti?)
 - Sospendere, attendere (giudizi affrettati, conclusioni affrettate, frustrazioni, impazienza)
 -



ESPLORAZIONE E RAPPRESENTAZIONE DELLA SITUAZIONE ATTUALE DEL COACHEE

Elementi	Come il coachee si rappresenta la sua situazione attuale?
Sintomo	Quale è il problema? Come fai a sapere che è un problema? Quali evidenze, indicatori? Dove? Quando? In quali situazioni, durata, frequenza, chi è coinvolto?
Obiettivo	Qual è il tuo obiettivo? Cosa vuoi ottenere? Cosa vuoi raggiungere?
Causa	Quale è la causa dei sintomi? Qual è l'origine? Da dove arrivano? Chi o cosa lo ha causato? Cosa ha fatto per causarlo? Cosa è successo?
Effetto	Quale è l'effetto ora, a breve e a lungo termine del raggiungimento degli obiettivi? Quali vantaggi avrai? Cosa ci guadagni? Vantaggi? Bene, hai raggiunto il tuo obiettivo, quale è l'effetto? Come è la tua vita dopo aver raggiunto il tuo obiettivo? Cosa perdi se raggiungi l'obiettivo? Quali rischi? Quali conseguenze negative potrebbero esserci? Chi è coinvolto? A chi potrebbe causare problemi?
Tentata soluzione	Chi ha fatto cosa e con quali risultati? Cosa ha funzionato? Cosa NON ha funzionato? Cosa ha funzionato parzialmente? Come ti sei sentito dopo? Come potresti peggiorare la situazione?

