



Hier ist der Inhalt für den Unterabschnitt "3.10: Bewertung der Wirksamkeit von Coaching und Sammeln von Feedback" :

Die Bewertung der Wirksamkeit des Coachings und das Sammeln von Feedback sind wesentliche Praktiken für jeden professionellen Coach. Sie ermöglichen es, die Auswirkungen des Coachings zu messen, die Qualität der Dienstleistungen kontinuierlich zu verbessern und den Mehrwert für Kunden und Stakeholder zu demonstrieren. Ohne eine regelmäßige und rigorose Bewertung besteht die Gefahr, dass das Coaching an Relevanz, Glaubwürdigkeit und nachhaltiger Wirkung verliert.

Ein erster wichtiger Aspekt der Bewertung besteht darin, klare Kriterien und Indikatoren festzulegen, um den Erfolg des Coachings zu messen. Diese Kriterien sollten spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitlich definiert (SMART) sein und sich an den Zielen des Kunden und den angestrebten Kompetenzen orientieren. Sie können Leistungsindikatoren, Verhaltensänderungen, Zufriedenheitsniveaus oder messbare Renditen beinhalten.

Nehmen wir zum Beispiel Jean, den Unternehmer, der einen Assistenten einstellen möchte (siehe Unterabschnitte 3.3, 3.5, 3.7, 3.8 und 3.9). Die Bewertungskriterien könnten umfassen: die effektive Einstellung eines qualifizierten Assistenten innerhalb von drei Monaten, eine Erhöhung der von Jean auf Geschäftsentwicklung verwendeten Zeit um 20%, eine Zufriedenheitsrate von 8/10 von Jean hinsichtlich seiner neuen Fähigkeit zu delegieren und eine Rendite von 150% aufgrund der durch die freie Zeit generierten neuen Geschäftsmöglichkeiten.

Sobald die Kriterien festgelegt sind, etabliert der Coach Datenerfassungswerkzeuge und -prozesse während des gesamten Coaching-Engagements. Dies kann Fragebögen vor und

nach dem Coaching, Zwischen- und Abschlussgespräche, Beobachtungen in Echtzeit, 360°-Feedback von Stakeholdern oder vom Kunden gefüllte Logbücher umfassen. Das Ziel ist es, reiche und vielfältige quantitative und qualitative Daten zu sammeln.

Stellen Sie sich Sophie vor, die Führungskraft, die ihre Work-Life-Balance verbessern möchte (siehe Unterabschnitte 3.2, 3.4, 3.6, 3.7, 3.8 und 3.9). Ihr Coach könnte sie einen Selbstbewertungsfragebogen zu ihren Stress-, Energie- und Zufriedenheitsniveaus in verschiedenen Lebensbereichen ausfüllen lassen, bevor und nach dem Coaching. Er könnte auch Gespräche mit Sophies Mitarbeitern führen, um wahrgenommene Änderungen in ihrem Managementstil und ihrer Präsenz zu bewerten. Sophie könnte darüber hinaus ein tägliches Logbuch ihrer Aktivitäten und emotionalen Zustände führen, um ihren Fortschritt zu verfolgen.

Der nächste Schritt besteht darin, die gesammelten Daten zu analysieren und zu interpretieren, um aussagekräftige Schlussfolgerungen zu ziehen. Der Coach versucht, Muster, Trends und Korrelationen, die aus den verschiedenen Datenquellen hervorgehen, zu erkennen. Es geht darum, die direkten Auswirkungen des Coachings von anderen kontextuellen Faktoren zu unterscheiden und die Kausalbeziehungen zwischen Coaching-Interventionen und den erzielten Ergebnissen hervorzuheben.

Zum Beispiel, durch die Analyse der Daten aus Sophies Logbuch und dem Feedback ihrer Mitarbeiter, könnte ihr Coach eine signifikante Korrelation zwischen der Etablierung von Abendruhe-Ritualen und Sophies Energie- und Präsenzniveau in den morgendlichen Besprechungen feststellen. Diese Beobachtung würde die Relevanz und Wirksamkeit dieser speziellen Coaching-Praxis bestätigen.

Auf der Grundlage dieser Analysen fasst der Coach die Ergebnisse zusammen und gibt konkrete Empfehlungen. Hier geht es darum, Erfolge zu feiern, Fortschritte hervorzuheben und Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren, um die Wirkung des Coachings zu optimieren. Der Coach kann einen formellen Bewertungsbericht erstellen oder eine Rückgabesitzung mit dem Kunden und den Stakeholdern durchführen, um die wichtigsten Ergebnisse und Erkenntnisse zu teilen.

Nehmen wir das Beispiel von Jean wieder auf. Sein Coach könnte ein Abschlusstreffen mit Jean und seinem Partner organisieren, um die konkreten Ergebnisse zu präsentieren: die erfolgreiche Einstellung eines Assistenten, die Gewinnung von acht Stunden pro Woche für Geschäftsentwicklungsaufgaben und die Unterzeichnung von zwei großen neuen Kundenverträgen dank der freigesetzten Zeit. Der Coach könnte auch Empfehlungen für die nachhaltige Nutzung dieser Errungenschaften geben, wie die Einführung eines jährlichen Bewertungsgesprächs mit dem Assistenten oder die Einschreibung Jeans in einer Führungskräfteausbildung.

Über die punktuellen Bewertungen hinaus bemüht sich der Coach darum, eine Kultur der

kontinuierlichen Verbesserung und des regelmäßigen Feedbacks in seiner Praxis zu etablieren. Er sucht aktiv nach Rückmeldungen von Kunden während des gesamten Engagements, indem er Fragen stellt wie: "Auf einer Skala von 1 bis 10, wie nützlich fanden Sie diese Sitzung? Was war für Sie heute am hilfreichsten? Was könnten wir beim nächsten Mal anders machen, um Ihnen noch mehr Wert zu bieten?" Diese offene Haltung und kontinuierliche Suche nach Feedback verbessert die Qualität des Coaching-Bündnisses und das Engagement des Kunden.

Der Coach nutzt das erhaltene Feedback auch, um seine eigenen Entwicklungsbereiche als Profi zu identifizieren. Indem er Muster in den Rückmeldungen seiner verschiedenen Kunden analysiert, kann er Stärken zur Kapitalisierung und Verbesserungsmöglichkeiten zur Bearbeitung feststellen. Diese reflexive Praxis (siehe Unterabschnitt 1.10) ist entscheidend, um seine Kompetenzen zu schärfen, seine Werkzeuge zu diversifizieren und seinen Stil an die aufkommenden Bedürfnisse der Kunden anzupassen.

Stellen Sie sich vor, der Coach von Sophie erhält gemischtes Feedback zu seiner Fähigkeit, Sophie mit Bestimmtheit zu konfrontieren, wenn sie von den Anforderungen ihres Teams überwältigt wird. Durch dieses Feedback könnte der Coach sich dazu entschließen, eine Schulung in bestätigender Kommunikation zu besuchen oder eine Supervision von einem Kollegen anzufordern, um diese spezielle Fähigkeit zu entwickeln. Diese Verpflichtung zu seiner eigenen Entwicklung stärkt seine Glaubwürdigkeit und Wirkung bei seinen Kunden.

Schließlich sind die Bewertung der Effektivität des Coachings und das Sammeln von Feedback mächtige Hebel, um den Beruf zu fördern und neue Kunden anzulocken. Durch die Weitergabe von Ergebnissen, das Teilen von inspirierenden Fallstudien und das Nutzen der Zeugnisse zufriedener Kunden demonstriert der Coach den greifbaren Wert des Coachings und stärkt seinen Ruf auf dem Markt. Es handelt sich um einen positiven Kreislauf, der das Wachstum und den Einfluss seiner Tätigkeit fördert.

Zusammenfassend sind die Bewertung der Wirksamkeit des Coachings und das Sammeln von Feedback strategische Kompetenzen für jeden Coach, der Qualität, Wirkung und kontinuierliche Entwicklung anstrebt. Durch die Festlegung klarer Kriterien, das Sammeln von reichen Daten, die Analyse der Ergebnisse und das regelmäßige Einholen von Feedback verankert der Coach seine Praxis in einem Ansatz zur Exzellenz und zur Schaffung greifbarer Werte für seine Kunden. Das ist ein ethisches Bekenntnis und ein wichtiger Wachstumshebel, um den Beruf des Coaches zu stärken und immer mehr Einzelpersonen und Organisationen zu ihrer vollen Leistungsfähigkeit zu begleiten.

Merke:

- Die Bewertung der Wirksamkeit von Coaching und die Sammlung von Feedback sind unerlässlich, um die Wirkung zu messen, die Qualität der Dienstleistungen zu verbessern und den Mehrwert von Coaching zu demonstrieren.

- Es ist wichtig, SMART-Kriterien und -Indikatoren festzulegen, um den Erfolg des Coachings zu messen, in Übereinstimmung mit den Zielen des Kunden.
- Der Coach implementiert vielfältige Datenerfassungswerkzeuge während des gesamten Engagements, wie Fragebögen, Interviews, Beobachtungen, 360-Grad-Feedback und Logbücher.
- Die Analyse der gesammelten Daten ermöglicht es, Muster, Trends und Korrelationen zu identifizieren und die kausalen Zusammenhänge zwischen dem Coaching und den Ergebnissen hervorzuheben.
- Der Coach fasst die Ergebnisse zusammen, feiert Erfolge, hebt Fortschritte hervor und gibt konkrete Empfehlungen zur Optimierung der Wirkung des Coachings.
- Die Etablierung einer Kultur des regelmäßigen Feedbacks stärkt die Qualität des Coaching-Bündnisses und das Engagement des Kunden.
- Der Coach nutzt das Feedback zur Identifizierung seiner eigenen Entwicklungsbereiche und verpflichtet sich zu kontinuierlicher reflektiver Praxis.
- Durch die Kommunikation über Ergebnisse und Zeugnisse zufriedener Kunden kann der Beruf gefördert, neue Kunden angezogen und der Ruf auf dem Markt gestärkt werden.