

KOUČINK

V NUTRIČNÍM PORADENSTVÍ

- skripta -

Autorka: Zuzana Novotná, MBA

Brno 2024

KURZ
PROFESIONÁL V NUTRIČNÍM PODNIKÁNÍ

1. Úvod do koučinku

1.1. Definice koučinku

Koučink, nebo také coaching, je proces vedoucí klienta z bodu A (rozhodl se pro změnu) do bodu B (kde by chtěl být). Koučování plně respektuje přání klienta, ale zároveň mu zpětnou vazbou dává nadhled, pojmenovává problémy a cílí na tzv. "trigger points" (spoušťové body), které ovlivňují jeho chování.

Koučování je také forma průvodcovství, kladení otázek a motivace ke změnám. Koučové nechávají klientům volnost v rozhodování, provází je, ale klient je ten, kdo se aktivně podílí na změně. Koučink čerpá inspiraci z psychologie, sociologie a medicíny, což ho činí procesem učení i pro kouče samotné.

Koučink je mocný nástroj, který může výrazně zlepšit efektivitu výživového poradenství. Díky koučinku mohou klienti lépe pochopit své potřeby, zvýšit svou samostatnost a udržet dlouhodobou motivaci.

a) Role kouče

Kouč je průvodcem, který klientům pomáhá dosáhnout jejich cílů. Klíčové vlastnosti kouče zahrnují:

- Aktivní naslouchání
- Poskytování konstruktivní zpětné vazby
- Pomoc při stanovování konkrétních, měřitelných a dosažitelných cílů
- Motivace klienta k převzetí zodpovědnosti za své akční kroky

b) Co koučink není

- Psychoanalýza, psychiatrie nebo lékařská činnost
- Manipulace ve prospěch kouče nebo třetí strany
- Přílišná odbornost nebo používání odborných termínů, kterým klient nerozumí
- Direktivní přístup, kdy kouč nutí klienta k určitým krokům
- Handholding – kouč nedělá kroky za klienta, neříká mu přesně, co dělat má a co dělat nemá

c) Výhody koučinku ve výživovém poradenství

Koučink může výrazně zvýšit efektivitu výživového poradenství tím, že:

- Pomáhá klientům lépe pochopit souvislosti mezi různými aspekty jejich životního stylu
- Zvyšuje samostatnost klientů
- Podporuje dlouhodobou motivaci a udržitelné změny

d) Budování dobrého vztahu s klientem

Dobrý vztah s klientem je základem úspěšného koučinku. Důvěra mezi koučem a klientem umožňuje otevřenou komunikaci, která je klíčem k dosažení cílů. Kouč by měl být:

- Empatický a respektující
- Schopen naslouchat a reagovat na potřeby klienta
- Autentický a upřímný

e) Koučovací přístupy a techniky

Existují různé koučovací přístupy, které se mohou přizpůsobovat potřebám klienta. Mezi ně patří:

- Nedirektivní přístup: Kouč vede klienta a nechává mu plnou rozhodovací pravomoc
- Reflexivní přístup: Kouč podporuje klientovu nezávislost a porozumění
- Aktivní přístup: Kouč vyvíjí lehký motivační tlak na klienta, aby dosáhl výsledků, ale s mírou a citlivostí

Kombinace těchto přístupů je klíčem k úspěchu, protože každý klient má individuální potřeby a preference.

1.2. Výhody koučinku, vztah s klientem, etické dilema

1.2.1. Výhody koučinku pro klienty ve výživovém poradenství

a) Důvěra a komplexní přístup

Klient nemusí hledat dalšího odborníka. Pokud vám důvěřuje jako výživovému poradci, pravděpodobně s vámi bude spolupracovat i jako s koučem. Tato důvěra umožňuje lepší porozumění klientovým zvykům, cílům a prioritám, což je klíčové pro efektivní koučink.

b) Opora a motivace

Klient často čelí demotivaci ze strany svého okolí, které nepodporuje jeho změny. V těchto případech se stáváte klíčovou oporou, která klienta motivuje a podporuje, což zvyšuje pravděpodobnost jeho úspěchu.

c) Krátké, pravidelné konzultace

Nemusí jít vždy o hodinová sezení. Krátké 20minutové konzultace nebo hlasové zprávy mohou klientovi poskytnout potřebnou podporu a motivaci, aniž by bylo nutné domlouvat delší schůzky.

d) Zpětná vazba

Klient často touží po upřímné zpětné vazbě, kterou jeho okolí neposkytuje. Vaše zpětná vazba mu může poskytnout reálný pohled a dodat motivaci k další práci na sobě. Buďte konkrétní a konstruktivní, abyste zvýšili efektivitu zpětné vazby.

1.2.2. Budování dobrého vztahu s klientem

a) Komunikační preference

Zjistěte, jaký styl komunikace klient preferuje – osobní schůzky, telefonáty, videohovory nebo hlasové zprávy. Tím podpoříte důvěru a lepší sdílení potřeb a cílů.

b) Jasná očekávání

Ujistěte se, že víte, co od vás klient očekává. Vyjasněte si detaily spolupráce, abyste předešli nedorozuměním a konfliktům. Stanovte konkrétní cíle a kroky k jejich dosažení.

c) Vnímání celého klientova života

Na změnu životního stylu má vliv mnoho faktorů – rodina, zaměstnání, zdravotní stav, finanční stabilita i prostředí, kde klient žije. Zohledněte všechny tyto aspekty při plánování a konzultacích.

d) Respekt a důvěra

Budujte vztah na vzájemném respektu a důvěře. Klient by měl vědět, že jste zde pro něj a že vaše doporučení jsou stanovena tak, aby dosáhl svého cíle.

1.2.3. Etické normy a řešení dilemat

a) Etické zásady

Koučování je aktuálně volná živnost, ale měli bychom se držet společenských a profesionálních norem. Mějte respekt k cílům klientů, zachovávejte důvěrnost informací a buďte empatičtí.

b) Vytvoření vlastního kodexu

Vytvořte si svůj vlastní etický kodex, který bude reflektovat vaše hodnoty a standardy. Můžete se inspirovat obecnými zásadami, ale upravte je podle svých potřeb a priorit.

c) Řešení etických dilemat

Dilemata mohou nastat, když klientovy požadavky nejsou v souladu s vašimi profesionálními normami. Je důležité komunikovat upřímně a otevřeně, konzultovat situace s kolegy nebo odborníky a zachovat svou profesionalitu.

d) Respekt k sobě a klientům

Pokud máte s klientem zásadní rozpor, je důležité zachovat respekt k sobě i k němu. Nevyvolávejte konfliktní situace a nebojte se klienta odmítnout, pokud spolupráce nefunguje.

Závěr

Koučink ve výživovém poradenství nabízí pro klienty mnoho výhod. Budování dobrého vztahu s klientem a dodržování etických zásad jsou klíčové pro úspěšnou spolupráci.

2. Aktivní poslech

Naslouchání je zásadní dovedností kouče, která výrazně ovlivňuje kvalitu poskytovaných služeb. Aktivní poslech umožňuje klientovi sdělit i neplánované myšlenky a tím lépe pochopit jeho život a okolnosti, které jej ovlivňují. V době, kdy komunikace často probíhá pouze přes textové zprávy nebo rychlé telefonáty, je aktivní poslech klíčovým předpokladem pro úspěšnou práci kouče ve výživovém poradenství.

2.1. Komplexnost aktivního poslechu

Kouč by měl zůstat neutrální a nekritický, zejména na začátku konverzace, odložit všechny své obavy a myšlenky bokem, aby mohl pozorovat vědomé i nevědomé signály klienta a lépe rozeznat skutečný význam jeho slov.

Aktivní poslech není jen o poslechu slov, ale i o vnímání situace, empatii, nadhledu, zkušenostech a řeči těla klienta. Vyžaduje plnou pozornost a trpělivost, protože klient často potřebuje čas na uvědomění a vyjádření svých pocitů a myšlenek.

2.2. Význam aktivního poslechu ve výživovém poradenství

a) Efektivní Komunikace

Aktivní poslech je základem efektivní komunikace a vzájemného porozumění mezi koučem a klientem. Není jen o čekání na příležitost promluvit, ale o aktivním, vědomém a empatickém zapojení do konverzace.

b) Vnímání emocí a obav

Kouč by měl nejen slyšet, co klient říká, ale také vnímat emocionální podtext a nevyslovené obavy. Aktivní poslech umožňuje koučovi plně porozumět potřebám, cílům a obavám klienta, což je klíčové pro personalizované a účinné poradenské plány.

c) Důvěra a Motivace

Aktivní poslech podporuje vytváření důvěrného prostředí, kde se klient cítí vyslyšen a pochopen. To dodává motivaci a podporuje vznik nových myšlenek a řešení.

2.3. Co aktivní poslech dokáže

a) Plná pozornost

Aktivní poslech demonstruje plnou pozornost kouče a povzbuzuje klienta, aby pokračoval v mluvení. Kouč tak dává klientovi prostor pro sebepoznávání a ujišťuje ho, že je v pořádku pátat ve svém nitru.

b) Předchází nedorozuměním

Aktivní poslech pomáhá předcházet nedorozuměním a díky doplňujícím otázkám odhaluje důležité detaily, které by klient mohl přehlédnout nebo záměrně vynechat.

2.4. Stupně aktivního naslouchání

a) Opakování

Zopakování stejných slov jako klient.

b) Parafrázování

Vyjádření pomocí podobných slov a frází jako klient.

c) Reflexe

Vyjádření pomocí vlastních slov a vlastní skladby věty.

2.5. Složky aktivního poslechu

a) Orientace kouče

Úspěšné aktivní naslouchání začíná vědomou snahou jít do konverzace s pozitivním postojem k druhé osobě a k samotnému setkání. Důležité jsou plná pozornost, empatie, úcta a přijetí.

b) Reflexivní technika

Reflexivní technika obnáší zpětnou vazbu klientovi, kde se kouč ujistí, že chápe, co klient říká. Reflexe spojuje slova a neverbální znaky a vede k objasnění klientových myšlenek.

c) Schopnost klást otázky

Schopnost klást otázky poskytuje informace potřebné pro lepší pochopení situace a nalézání řešení. Otázky také udržují pozornost na klienta a motivují ke změnám.

2.6. Typy otázek

a) Otevřené otázky

Používají se k navázání dialogu a povzbuzení klienta k hovoru. Začínají slovy jako proč, co, kde, čím, jak nebo jaké.

b) Zkoumavé otázky

Objasňují to, co již bylo řečeno, nebo poskytují větší množství detailů. Je důležité najít rovnováhu, aby klient neměl pocit, že je vyslýchán.

c) Uzavřené otázky

Otázky, na které je odpověď ano-ne. Pomáhají získat konkrétní informace.

2.7. Nezamýšlené výsledky a chyby v komunikaci

I při nejlepších úmyslech se může stát, že klienta dovedeme někam, kam jsme neplánovali. To není vždy chyba kouče, může to být způsobeno neúplnými informacemi nebo novými okolnostmi. Důležité je včas zastavit, vrátit se k poslednímu společnému bodu a zjistit, jestli jsme se s klientem správně pochopili.

Klíčové otázky, které si můžeme položit:

- Byl klient dostatečně upřímný?
- Nezatajil klient nějaké důležité informace?
- Pochopili jsme se navzájem správně?

Díky sebereflexi a otevřené komunikaci se můžeme vyhnout mnoha chybám a posunout spolupráci na vyšší úroveň. Chyby berme jako zkušenost, která nás učí být citlivějšími a vnímavějšími.

2.8. Překážky aktivního poslechu

Aktivní poslech má mnoho výhod, ale mohou nastat i překážky, které ho narušují. Překážky mohou být fyzické (např. hluk) nebo kulturní (např. přízvuk klienta, jiný hodnotový systém). Důležité je tyto překážky identifikovat a vzájemně pracovat na jejich překonání.

2.8.1. Šest nejčastějších překážek aktivního poslechu

- a) **Nevhodné neverbální signály** - Klient neudrží oční kontakt, má skřížené ruce, směřuje nohy ke dveřím.
- b) **Přebírání pozornosti** - Kouč mluví více než klient, dává nevyžádané rady.
- c) **Stereotyp** - Opakující se metodiky a otázky zabíjejí rozvoj a motivaci.
- d) **Nevhodné reakce** - Odpovídání na otázku klienta otázkou nebo nevhodnou poznámkou.
- e) **Mylné pochopení** - Nedostatečné pochopení situace může vést k chybnému směřování.
- f) **Dlouhé odpovědi** - Zabřednutí do sáhodlouhého vyprávění odvádí od podstaty problému.

2.9. Metoda STARS

S - Stop: Zastavte multitasking a věnujte plnou pozornost klientovi.

T - Tone: Sledujte tón hlasu, který prozrazuje náladu a emoce.

A - Ask: Ptejte se a doptávejte se pro ujasnění.

R - Restate: Přeformulujte, co klient říká, abyste potvrdili porozumění.

S - Scribble: Dělejte si poznámky, které vám pomohou udržet přehled a připomenout si klíčové body při následných schůzkách.

Závěr

Aktivní poslech je klíčovou dovedností, kterou je potřeba neustále trénovat. Přináší hlubší porozumění, lepší komunikaci a buduje důvěru mezi koučem a klientem. Věnujte pozornost tréninku otázek, zrcadlení a parafrázování, abyste posílili otevřenost a efektivitu komunikace.

Pamatujte, že změna je život a každý trénink vás posune o krok dál. Aktivní poslech vám otevře nové perspektivy a posílí vaše koučovací schopnosti.

3. Emoční inteligence, koučink žen a mužů, extrovertů a introvertů

V tomto bloku se budeme se věnovat empatii a emoční inteligenci jako celku. Tyto dvě oblasti jsem spojila, protože i když se liší, jejich vzájemné propojení nám poskytne ucelený pohled na to, jak se navzájem ovlivňují a jaký vliv mají na život. Zároveň se podíváme, jaké jsou niance pro muže, ženy, introverty a extroverty.

3.1. Empatie a její role

Empatie je schopnost vcítění se do pocitů a situací jiných lidí. Je to klíčový nástroj pro kouče, který jim umožňuje navázat hluboké a smysluplné vztahy s klienty. Rozvíjením osobní empatie budete efektivněji podporovat a vést klienty k jejich osobnímu růstu a cílům.

Empatie je nedílnou součástí emoční inteligence. Někteří lidé věří, že emoční inteligence je vrozená nebo že se vyvíjí v raném věku a poté již nelze rozvíjet. Tento názor je však mylný. Emoční inteligenci lze cíleně rozvíjet praxí. Pokud člověk má chuť pracovat na svém životě, má sebereflexi a je schopen analyzovat své chování a jeho dopady na ostatní, může svou emoční inteligenci rozvíjet. Tento proces zahrnuje schopnost uvědomovat si své emoce a řídit je, což vede k lepším výsledkům ve všech oblastech života.

3.2. Empatie a emoční inteligence v praxi

Empatie a emoční inteligence jsou zásadní nejen v osobním životě, ale i na pracovišti. Lidé s vysokou emoční inteligencí dosahují lepších výsledků, mají lepší vztahy a jsou šťastnější. Koučové, kteří rozvíjejí svou empatii, mohou klientům poskytovat bezpečné a podporující prostředí, což je klíčové pro úspěšnou spolupráci.

I když emoční inteligence má mnoho pozitivních aspektů, může mít i svou stinnou stránku. Například manipulace je negativním projevem empatie a emoční inteligence. Manipulátoři využívají své schopnosti číst a ovlivňovat emoce druhých k dosažení svých cílů, což může mít negativní dopady na vztahy.

a) Vliv emocí na fyzické zdraví

Emoce mají přímý vliv na naše fyzické zdraví. Psychosomatika je toho jasným důkazem. Například stres může způsobit žaludeční vředy nebo sevření hrdla a problém s vyjadřováním. Lidé s vysokou emoční inteligencí jsou zdravější, šťastnější a mají lepší vztahy.

b) Empatie a koučování

Empatie je klíčová pro koučování. Koučové musí být schopni aktivně naslouchat a klást průzkumné otázky. Empatie pomáhá snižovat obranné mechanismy klientů, podporuje otevřenost a upřímnost, což je nezbytné pro dosažení úspěchu.

c) Vztahy a komunikace

Empatický přístup v koučování vytváří prostředí, kde se klienti cítí bezpečně a mohou se otevřít. To je klíčové pro budování silných a autentických vztahů. Koučové by měli rozvíjet empatii nejen vůči klientům, ale i vůči sobě samým.

d) Sebereflexe a rozvoj

Sebereflexe je důležitá pro rozvoj emoční inteligence. Koučové by měli být schopni analyzovat své vlastní chování a jeho dopady na ostatní. Důležité je také podporující prostředí kolegů, které může pomoci v rozvoji a sebereflexi.

3.3. Význam emoční inteligence

Je důležité chápat, že obě oblasti, IQ a EQ, je třeba brát společně a neoddělovat. Když si člověk není vědomý svých pocitů a neumí s nimi pracovat, je pro něj těžké vést naplněný a šťastný život. Lidé často myslí, že peníze nebo zdraví jim přinesou štěstí, ale příklady jako výhra v loterii nebo zhubnutí bez řešení emocí ukazují, že tomu tak není.

Společnost se teprve učí rozpoznávat a projevovat emoce, což je často ovlivněno dětstvím, kdy byl projev emocí rychle usměrňován. Lidé zdatní v emoční komunikaci dokáží přesně určit, co cítí a lépe komunikovat své potřeby s okolím.

3.4. Emoční inteligence v praxi

Emoční inteligence nás vede k tomu, abychom vnímali, jak naše emoční reakce ovlivňují chování lidí kolem nás a jak oni reagují na nás. Je to o nalezení rovnováhy uvnitř sebe, sebehodnocení a sebereflexi. Ukáže vám vaše silné i slabé stránky a umožní učit se z nových zkušeností.

a) Práce se slabými stránkami

Slabé stránky často ukazují na potenciál, který v sobě člověk má. Například někdo, kdo se bojí mluvit na veřejnosti, se může po vyřešení svého emočního problému stát excelentním řečníkem. Přijetí svých slabin jako součásti sebe sama může vést k jejich rozvinutí v dary a originální přístupy k řešení cílů.

b) Význam zpětné vazby

Zpětná vazba je důležitá nejen pro klienty, ale i pro vás jako kouče. Získání upřímné zpětné vazby od důvěryhodného zdroje vám umožní zjistit, zda jdete správným směrem a jak vaše služby vnímají klienti. Upřímná komunikace a otevřená mysl jsou klíčové pro efektivní sebereflexi a zlepšování.

c) Sebekontrola a uvědomění

Sebekontrola je schopnost zastavit se a přemýšlet, než začneme jednat. Uvědomění je o odhalování pravé příčiny našich emocí. Klienti by měli pracovat na přehodnocení svých postojů a životního stylu, aby dosáhli svých určených cílů.

d) Plánování změny a zkouška na nečisto

Plánování změny je klíčové pro kultivaci emočního projevu. Klient si může předem nacvičit odpovědi a situace, aby se cítil sebejistěji. To zvyšuje jeho sebevědomí a připravuje ho na reálné situace.

e) Spolehlivost a svědomitost

Klient by si měl určit, co zvládne a co ne, a stanovit si hranice. Svědomitost znamená přebírat plnou odpovědnost za své emoce. Klient by měl reagovat tak, aby kontroloval své emoce a nepřenášel odpovědnost na ostatní.

f) Schopnost přizpůsobení a stanovení cíle

Přizpůsobení se změnám je důležité pro úspěch. Stanovení cíle může být reálné nebo abstraktní, ale vždy by mělo vést ke zlepšení kvality života klienta.

g) Zvídavost a osobní rozvoj

Lidé s vysokou emoční inteligencí mají tendenci se neustále rozvíjet a hledat nové možnosti. Tento postoj vede k větší spokojenosti a úspěchu v životě.

3.5. Význam empatie

Empatie nám umožňuje podívat se na situaci z pohledu klienta. To je klíčové pro pochopení jeho argumentace a důvodů. Empatie se dá trénovat, protože je součástí emoční inteligence, což je dovednost, kterou lze rozvíjet i během života.

a) Trénink empatie

Projevit empatii může být někdy těžké, zejména v emočně vypjatých situacích. Vyžaduje to porozumění pozici klienta, i když s ním nesouhlasíme. Například klient může být zastáncem diety, kterou z odborného hlediska nepovažujeme za vhodnou.

b) Porozumění emocím

Každý člověk prochází různým spektrem emocí. Pokud se dokážete naladit na emoce druhého, znamená to, že tuto zkušenost máte. Čím širší spektrum emocí budete znát, tím lépe se budete na klienta ladit a rozumět mu.

c) Nové zkušenosti

Nebojte se nových zkušeností a výzev, protože vám vždy něco přinesou. Zkoušejte nové potraviny, přístupy, myšlenky a metody. Širší zkušenosti vám umožní lépe poradit svým klientům.

d) Řeč těla a komunikace

Na první setkání s klientem nevypovídají naučené společenské reakce o jeho skutečných emocích. Vnímejte řeč těla, tón hlasu a rozvíjejte dialog pomocí koučovacích otázek. Jakmile pochopíte emoce klienta, uznejte jeho pocity, což mu přinese úlevu.

e) Podpora klienta

Klienti často nedávají najevo své skutečné emoce. Vzpomeňte si na sebe jako na děti, kdy jste očekávali utěšení, ale dostalo se vám odbytí. Podceňování a ignorování pocitů druhé osoby do koučinku nepatří. Naučte se respektovat emoce klientů a nepopírat je.

f) Řešení konfliktů

Řešení konfliktů je dovednost, kterou lze trénovat. Konflikty neukazujte jako problém, ale jako příležitost ke změně. Ptejte se otázkami, které míří k jádru problému, a dávejte prostor všem zúčastněným osobám. Aktivní naslouchání a otevřenost novým nápadům jsou klíčové.

g) Emoce a chování

Emoce řídí orgán amygdala, který sleduje všechny informace ze smyslového vnímání. Pokud amygdala vyhodnotí nebezpečí, okamžitě reaguje. Tato reakce je vhodná, když má zachránit život, ale může vést zároveň i k impulzivním a zbrklým nevhodným jednáním.

h) Práce s emocemi

Pomáhejte klientům pracovat s emocemi. Zkoumejte, co jim emoce chtějí říct, a pomáhejte jim identifikovat jejich původ. Emoce jsou příležitost dozvědět se o sobě více.

3.6. Vzorce chování

Vzorce chování jsou pro pochopení emočního stavu člověka velmi důležité. Někdy se setkáme s názvy jako emoční vzorce, myšlenkové mapy nebo emoční rovnice. Vznikají především do sedmi let věku dítěte nebo ve vypjatých emočních situacích, jako je zásadní hádka, úmrtí blízké osoby či autonehoda. Vzorce chování jsou záznamy uložené v našem podvědomí, které ovlivňují naše reakce na konkrétní situace, osoby nebo činnosti.

3.6.1. Výchova a emoce

Výchova hraje klíčovou roli v utváření vzorců chování. Dítě se učí, co je správné a co ne, co se toleruje a co ne. Emoce jedince musí být často příjemné pro okolí. Například, pokud dítě projeví vztek, následuje odmítnutí, pokárání či vyvolání pocitu viny. Takto se dítě učí potlačovat své emoce a přizpůsobovat se očekáváním okolí. Tato potlačovaná emocionalita pak může přetrvávat do dospělosti.

Pokud klient své emoce nevhodně vyjadřuje, znamená to, že nezná zdravou míru jejich projevu. Neumí je komunikovat s okolím a pracovat s nimi. Práce s emocemi je pro mnoho lidí náročná a vyžaduje čas. Klient se musí naučit vyjadřovat své emoce vhodnými slovy a komunikovat je konstruktivně. Pokud se to nenaučí, emoce zůstávají potlačené a mohou způsobovat psychické i fyzické problémy.

3.6.2. Přepis vzorců chování

Přepis vzorců chování zahrnuje čtyři kroky:

1. Uvědomění: Klient si uvědomí, co se v jeho životě děje.
2. Zamýšlení: Klient přemýšlí, proč se mu to děje, a analyzuje okolnosti.
3. Vědomé jednání: Klient začne vědomě jednat na změně nefunkčních vzorců.
4. Opakování: Nové vzorce chování se opakují, dokud se nestanou pevnou součástí života.

Emoční inteligence zahrnuje schopnost komunikovat emoce a pocity tak, aby nedocházelo k urážkám či výčitkám. Je důležité pracovat na emocionální gramotnosti a rozvíjet schopnost

vyjadřovat své emoce vhodně. Vztahy a okolí mají na nás velký vliv, a proto je důležité obklopovat se lidmi, kteří nás podporují a motivují.

3.6.3. Psychosomatika

Psychosomatika zkoumá souvislosti mezi duší a tělem. Nezpracované emoce se mohou projevit ve fyzickém těle jako různé zdravotní problémy. Například akné může souviset s nespokojeností se sebou samým, celulitida s hromaděním zlosti a kousání nehtů s frustrací vůči blízkým osobám. Psychosomatika nabízí jiný úhel pohledu a může pomoci odhalit skryté příčiny fyzických problémů.

Mozek je neuroplastický, což znamená, že se dokáže měnit a přizpůsobovat novým podnětům. Vytváří tím nová nervová spojení, učí se novým věcem. Přepis vzorců chování je možný právě díky této schopnosti mozku. Tím je následně možné změnit vzorce chování a ovlivnit fyzické zdraví.

Změny vzorců chování vyžadují trpělivost. Rychlé a razantní změny nejsou dlouhodobě udržitelné. Je důležité postupovat krok za krokem a dávat si čas na přizpůsobení novým situacím. Trpělivost vede ke stabilizaci emocí a chování, což je klíčové pro dlouhodobý úspěch.

3.6.4. Výběr cesty

V dnešní době je mnoho výživových přístupů a postupů, které mohou vést ke změně chování. Je důležité si vybrat jednu cestu a tu zkusit. Cíl klienta se nemění, ale cesta k němu může být různá, ať už je to vegetariánství, různé diety, cvičení, půst nebo terapie.

Klient by měl vyzkoušet několik přístupů, aby si mohl vybrat ten, který mu nejvíce vyhovuje. V první řadě je potřeba přijmout fakt, že v dětství jsme emoce většinou zdravě projevovat neuměli, ale nyní jako dospělí máme právo rozhodovat sami za sebe. Klient se může zaměřit na oblasti:

a) Dětství a emoční vzorce

V dětství nás často formovali rodiče a authority, které nám nedovolily zdravě projevovat své emoce. To mohlo následně vést k extrémům (rebelie nebo absolutní poslušnost). Dospělí často nezvládali své emoce a to se odráželo na dětech.

b) Práce s vlastními emocemi

Klienti by se měli zaměřit na své emoce a ne na emoce druhých. To jim umožní vidět situace z jiného úhlu pohledu a najít svou cestu.

c) Projevy emocí

Neschopnost projevovat emoce v dětství vede k problémům v dospělosti. Lidé, kteří nebyli naučeni vytyčovat své hranice, často trpí stresem a vnitřním konfliktem. Je důležité, aby se klienti naučili vyjadřovat své emoce kultivovaně a neútočně.

d) Hněv jako obrana

Hněv je často projevem vytyčování hranic. Pokud byl klient v dětství za projevy hněvu trestán, může to vést k pasivně-agresivnímu chování v dospělosti. Je potřeba naučit se hněv kultivovaně vyjadřovat.

e) Pohyb a emoce

Pravidelný pohyb je důležitý pro uvolnění emocí a udržení hormonální rovnováhy. Hormony jako adrenalin a dopamin hrají klíčovou roli v našem emočním stavu. Například hormonální jóga je výborným cvičením pro ženy i muže. Emoce potřebují plynout a pohyb je jedním z prostředků, jak je uvolnit. Každý klient si může najít svůj způsob pohybu, který mu vyhovuje, a tím podpořit své emoční zdraví.

3.7. Mozek a emoce

Vývoj mozku probíhal v několika etapách. První byla etapa nejstarší části mozku, tzv. plazího mozku, který zajišťoval základní životní funkce jako dýchání a přežití. Na tento základ přidala příroda emoční část, a až následně rozumovou část. Dnes se náš mozek skládá ze všech těchto částí.

a) Biologické ohrožení a reakce mozku

V náročných situacích, kdy nás emoce instinktivně ovládnou, rozum nemá místo ani čas na hodnocení. Evolučně to bylo správně, protože to zajistilo přežití. Dnešní doba tomu ale neodpovídá. Dnes už nejsme tak často ohroženi na životě, ale spíše psychicky.

Vývoj mozku je pomalejší než vývoj naší civilizace. Proto máme stále silné reakce a emoce spojené s primárními reakcemi, což je biologicky dané. Logická část mozku nemá v případě ohrožení první slovo, což vysvětluje, proč je těžké ovládnout silné emoce.

b) Potlačené emoce a jejich důsledky

Potlačené emoce se mohou ventilovat vnějším křikem a nepříjemným chováním nebo se obrátit dovnitř, což vede k pasivně agresivnímu chování. Dnešní doba nás často zahlcuje povinnostmi, což nás odvádí od sebe sama. Pokud člověk své emoce a potřeby dlouhodobě ignoruje, ničí tím sám sebe a zároveň i své vztahy.

c) Emoční reakce a rozhodování

Rozhodování je ovlivněno propojením mezi emoční a rozumovou částí mozku. Pokud je toto propojení zásadně přerušeno, člověk ztrácí schopnost se rozhodovat. To se může stát například po operaci nebo nehodě. Klient, který je váhavý, může mít chaos ve svých emocích a bude potřebovat pomoc s jejich přiřazením a pochopením.

d) Význam emocí v životě

Emoce mají zásadní roli v našich životech. Neměli bychom se snažit je ovládnout rozumem, ale pozorovat je a kultivovat. Emoce nejsou něco, co bychom měli přehlížet nebo potlačovat, protože jsou základem pro naše rozhodování. Měli bychom se o ně starat stejně jako o své tělo a pohodlí.

e) Emoční ohrádka

Klient, který neumí projevovat emoce, je jako zvíře zavřené v kleci. Když se emoce projeví, mohou být iracionální a nepředvídatelné. Pravidelná péče a ventilace emocí je klíčem k jejich kultivaci a pozitivnímu projevu.

f) Kruh emocí

Začínáme u instinktů, emocí a pocitů. Následuje vůle a potenciál k akci. Klient si ujasní plán, nastaví hranice a bezpečí. Roste akcí a dosahuje cíle. Tento proces se opakuje, klient se učí měnit svůj životní styl a vytváří vhodné prostředí pro růst.

g) Význam hranic a flexibility

Hranice jsou důležité pro fyzické i psychické bezpečí a komfort. Klient, který se bojí změny, může zůstat „zaseklý“. Potřebuje najít rovnováhu mezi lpěním na krásných pocitech a realitou. Flexibilita v přístupu k životním situacím je klíčem ke spokojenosti.

h) Sebereflexe a seberegulace

Vědomá pozornost k emocím vede k lepšímu zvládnání života. Sebereflexe a změna vzorců chování jsou základem duševního a fyzického zdraví. Kniha „Molekuly emocí“ od Candence B. Pert poskytuje vědecké odpovědi na otázky o propojení mysli a těla.

i) Emoce a životní styl

Emoční inteligence se zvyšuje i přes jídlo a životní styl. Jídlo je esenciální, učí nás rovnováze ve vnímání a stravování. Klient, který zvládne své emoce, se stává samostatným a odolným vůči tlaku okolí. To je cílem všech koučů a výživových poradců.

3.8. Samostatnost klienta

Jednoho dne bude váš klient schopen zvládat své emoce sám. Bude vědět, jak se orientovat nejen ve výživových doporučeních, ale i v životních výzvách. Coaching mu poskytuje základy, které mu pomáhají nebát se a zvládat své emoce.

a) Práce s emocemi a vizualizace

Klienti často potřebují vizuální pomůcky pro lepší pochopení emocí. Symbol teploměru (semaforu) s barvami zelená, oranžová a červená je užitečný, klient si sám může navnímat škálu své emoce.

- Zelená: Klient se cítí dobře, vnímá bezpečí, pracuje na svých cílech a objevuje své talenty.
- Oranžová: Klient si více všímá svých emocí, připravuje se na akci nebo změnu. Meditační a relaxační techniky, jako dechová cvičení, jsou klíčové.
- Červená: Emocionální stav je na maximu, klient není schopen své emoce kontrolovat. Je důležité nechat emoce jít ven a nepokoušet se je potlačovat.

b) Strach a jeho vliv

Strach je nedílnou součástí emocí. Vyvolává základní instinkty a ovlivňuje naše chování. V moderní době je strach často vyvolán psychickou zátěží, což tělo vnímá jako ohrožení. Klienti mohou reagovat různě - mělkým dechem, zvýšeným tepem, pocením či ustrnutím.

c) Psychosomatické projevy

Stres a strach mohou vést k psychosomatickým projevům, jako je mělký dech, zvýšený tep a další fyzické příznaky. Klienti mohou také somatizovat nebo disociovat, což znamená, že potlačují nebo zapomínají na traumatické události.

d) Rozdíl koučování muže a ženy

Muži a ženy mají odlišné přístupy k řešení emocí. Muži často využívají rozumové argumenty, zatímco ženy jsou citlivější a více se zapojují do emocí. Je důležité tyto rozdíly respektovat a přizpůsobit jim svůj přístup.

e) Cvičení s vizualizací

Vizualizace je účinný nástroj pro práci s emocemi. Klient si může představit své strachy jako závodící chrt, kde každý chrt symbolizuje jiný strach. Tento přístup může pomoci identifikovat a zpracovat největší obavy.

3.9. Emoční hlad

Emoční hlad je častým problémem, který souvisí s nezpracovaným stresem a emocemi. Klienti mohou využívat jídlo jako kompenzační mechanismus. Důležité je zjistit, zda klient trpí emočním hladem a jaké jsou jeho příčiny.

a) Emoční jedení a jeho příčiny

Jednou z nejčastějších výmluv je tvrzení, že jídlo je jediným štěstím (útěchou) klienta. Tato výmluva často odhaluje hlubší problémy, které klient kompenzuje právě jídlem. Je důležité zjistit, proč klient pocítuje potřebu emočně jíst, a hledat původ problému.

b) Emoční hlad vs. přirozený hlad

Rozpoznání rozdílu mezi emočním a přirozeným hladem je klíčové. Fyziologický hlad se projevuje fyzickými příznaky, zatímco emoční hlad přichází často z nudy nebo stresu a je spojen s konzumací nezdravých potravin.

c) Prevence emočního hladu

Prevence emočního hladu zahrnuje vyváženou stravu, dostatečný pohyb a správný pitný režim. Klienti by měli být vedeni k vědomému stravování a uvědomování si svých emocí při jídle.

d) Emoční hlad a vliv emocí na výživu

Emoce mohou ovlivňovat to, co klient konzumuje. A to, co konzumuje, zase ovlivňuje jeho emoce. Například, složení střevního mikrobiomu, který může produkovat různé látky ovlivňující náladu. Péče o střevní mikrobiom skrz stravu je tedy klíčová, i když nemůžeme mozek úplně vynechat.

e) Emoce radosti a štěstí

Při práci s klientem se můžeme ptát na emoce radosti a štěstí, například co by ho potěšilo. Zjišťujeme, zda klient umí korigovat své pocity, aby nesklouzával k častému a nadměrnému odměňování jídlem nebo alkoholem. Systém odměn a trestů, který si neseme z dětství, může ovlivňovat naše chování v dospělosti. Klient může tíhnout k jídlu jako formě odměny, což může vést k nevhodnému množství konzumace a následným problémům.

f) Emoce lásky

Láska často snižuje potřebu jídla. Lidé zamilovaní mohou zhubnout, protože mají myšlenky odvedené od běžné reality a prožívají euforii. Přirozeně sahají po zdravějších variantách potravin a více o sebe pečují. Hormony a emoce dokáží ovlivnit naše volby potravin a péči o sebe.

g) Emoce smutku, lítosti a zoufalství

Smutek, lítost a zoufalství jsou často zajídány a zapíjeny. Lidé potřebují zaplnit prázdnotu a sahají po nezdravých potravinách ve velkém množství. Výrazné chutě mohou indikovat emocionální stav klienta. Pokud klient často inklinuje k výrazným chutím, je to indikátor jeho emocí, které můžeme zkoumat a řešit.

h) Emoce nudy

Nuda vede k tomu, že lidé často jedí a pijí z pouhé potřeby zabít čas. Konzumují cokoli, co je po ruce, bez reálné potřeby. Nuda je častou příčinou nadměrné konzumace kalorií.

i) Emoce strachu

Strach může ovlivňovat stravovací návyky, například strach z přibírání na váze během těhotenství. Strach stahuje svalstvo a připravuje tělo na reakci, což vede k nekvalitnímu trávení a vstřebávání živin. Je důležité pochopit strach klienta a pracovat na jeho uvolnění, aby se zlepšilo jeho trávení a celková pohoda.

j) Práce s emocemi při výživovém poradenství

Emoce jsou rozcestníkem pro práci s klientem. Jídlo může být zlým pánem nebo dobrým sluhou. Ukážeme klientovi, že řešení problémů s jídlem může vyřešit i jeho emoce a vztahy.

k) Identifikace emocí a výběr jídel

Pomozte klientovi identifikovat emoce spojené s jídlem a vytvořit seznam. Když si klient projde toto cvičení, lépe porozumí svým emocím a bude schopen lépe orientovat své myšlenky a chování.

l) Výmluvy a práce s prioritami

Klienti často používají výmluvy, jako "nemám čas" nebo "už jsem zkusila všechno". Je důležité identifikovat výmluvy a nahradit je prioritami. Například místo "nemám čas na sebe" si klient může říct "mé zdraví mi není prioritou". To klienta často včas zastaví a přiměje ho zamyslet se nad svým rozhodováním.

m) Sebepečce a přístup k jídlu

Jídlo je základní potřebou a mělo by být prioritou dne. Výmluvy jako "mám malé děti" mohou být přetvořeny v příležitost jít dětem příkladem a ukázat jim zdravý životní styl. Rodinná jídla mohou být příležitost k vědomému stravování a péči o sebe.

n) Zákazy a svobodné rozhodování

Klient nemusí mít seznam zakázaných potravin, ale měl by mít svobodné rozhodovací právo s vědomím následků. Práce s náhradou nezdravých potravin zdravějšími variantami může postupně změnit klientovy chutě a přístup k jídlu.

3.10. Rozdíl v koučování mužů a žen

a) Emocionální inteligence a empatie

Emocionální inteligence a empatie jsou klíčovými aspekty koučování. Ženy mají obecně vyšší míru emocionální inteligence a empatie, což ovlivňuje jejich vnímání a chování. Muži mají tendenci být logičtější a soustředí se na výsledky.

b) Komunikace s klienty

Specifika komunikace s muži:

Muži preferují jasný a přímý jazyk a řešení problémů. Rádi se koncentrují na cíle a praktická řešení.

Specifika komunikace s ženami:

Ženy preferují citlivý a empatický přístup. Je důležité vytvořit prostředí důvěry a otevřenosti, aby mohly vyjádřit své myšlenky a pocity bez obav z odsouzení.

c) Hormonální vlivy

Muži mají obecně stabilní hladinu hormonů, což jim usnadňuje dodržování stanovených cílů a režimů. Ženy jsou ovlivněny cykličností a hormonálními změnami, což může ovlivnit jejich motivaci a chování.

d) Koučování a vnitřní archetypy

1. Vnitřní dítě

- Typické svou hravostí, bezstarostností a spontánností.
- Může být umíněné, spurné a tvrdohlavé.
- Pokud zůstane "uvízlé" v tomto archetypu, dospělí se mohou chovat jako děti, což se projevuje v iracionálním a emocionálním chování.

2. Vnitřní žena

- Symbolizuje citlivost, lásku, vnímavost a mateřství.
- Má dvě polarity: pozitivní, která je klidná a přijímající, a negativní, která může být manipulativní, majetnická a ovládající.
- V koučování je důležité rozpoznat a pracovat s těmito polaritami.

3. Vnitřní muž

- Představuje logiku, cíl, pohyb a akční kroky.
- Je trpělivý, silný a schopný ustát náročné životní zkoušky.

- Je důležité rovněž pracovat s jeho pozitivními a negativními aspekty, jako je lenost nebo nerozhodnost.

e) Individuální přístup v koučování

Každý člověk je jedinečný a koučování musí být přizpůsobeno individuální osobnosti klienta. Může se stát, že budete koučovat ženu se silně logickým myšlením nebo muže, který je velmi citlivý. Pro úspěch je klíčové vytvořit bezpečné a podporující prostředí, které umožní klientům otevřít se a sdílet své pocity a obavy.

f) Genderové rozdíly v koučování

- Muži: Často mají konkurenční mentalitu, zaměření na cíl a výkonnost. V koučování to lze využít, ale je důležité vyhnout se přemotivování a tlaku, které by mohly vést k demotivaci.

- Ženy: Mohou být ambiciózní a logické, ale je pro ně důležitý i citlivý přístup a emoční podpora. Koučové musí být flexibilní a otevření pro efektivní komunikaci.

Praktické příklady

1. Citlivý muž: Vytvořte bezpečné prostředí, kde může sdílet své pocity.
2. Ambiciózní žena: Použijte přímou, stručnou komunikaci a výzvy orientované na výkon.
3. Introvertní klient: Podpora a empatický přístup jsou klíčové.
4. Kontrolující klient: Pomozte mu uvolnit striktní hranice a být flexibilnější.

g) Vnitřní svět klienta

Porozumění vnitřním archetypům a jejich vlivu na chování klienta vám poskytne důležité nástroje pro efektivní koučování. Například klient, který neplní akční kroky, může mít problém s propojením s emocemi nebo potlačeným vnitřním mužem.

h) Budoucnost koučování ve výživovém poradenství

Individuální a genderově specifický přístup bude hrát stále významnější roli. Koučové budou muset brát v úvahu mnoho faktorů z klientova života, včetně jejich vnitřního světa a emocí. Tento přístup umožní poskytovat lepší, personalizované služby, které klientům pomohou dosáhnout jejich cílů efektivněji a rychleji.

Každý klient je jedinečný a zaslouží si individuální přístup. Porozumění vnitřním archetypům a jejich vlivu na chování vám umožní lépe reagovat na potřeby klientů a pomoci jim dosáhnout jejich cílů. Koučování je umění, které vyžaduje flexibilitu, kreativitu a schopnost přizpůsobit se.

3.11. Rozdíl v koučování introvertů a extrovertů

Slova "introvert" a "extrovert" pocházejí z latiny. Kořen "verte" znamená obrácený, "extra" znamená směrem ven, a "intro" směrem dovnitř. Introverti tedy zaměřují svou pozornost dovnitř, na svůj vnitřní svět, zatímco extroverti směřují svou pozornost ven, do vnějšího světa.

a) Introvert

Introverti jsou jedinci, kteří preferují samotu nebo omezené sociální interakce. Jejich svět tvoří jejich vnitřní myšlenky a emoce. Preferují menší okruh blízkých přátel a cení si osobního prostoru a ticha.

b) Extrovert

Naopak extroverti přijímají podněty z vnějšího světa plnými doušky. Rádi zkouší nové věci a jsou často středem pozornosti.

3.11.1. Specifika komunikace s introverty

a) První dojem

Introvert může působit nedůvěřivě a nečitelně, protože si zpočátku zachovává odstup a rovnou neříká, co si myslí. Bude tedy na vás, abyste konverzaci vedli a nechali introverta aklimatizovat se.

b) Intuice a pozorování

Introverti mají dobře rozvinutou intuici a jsou pozorovatelé. Často vnímají neverbální komunikaci a řeč těla, i když si toho nemusí být vědomi.

c) Kladení otázek

Při práci s introverty je důležité nepodsouvat příliš mnoho témat najednou a nezahlcovat je otázkami. Introverti už v základu mají mnoho myšlenek a mohou se cítit přehlceni a pod tlakem.

d) Čas a hloubání

Introverti potřebují čas na přemýšlení a hloubání nad různými situacemi. Mají tendenci analyzovat věci z různých úhlů pohledu a často vnímají emoce spojené s danými situacemi.

e) Sociální interakce

Introverti nemají potřebu navazovat mnoho nových sociálních kontaktů a cení si svých stálých přátelských vztahů. Mohou mít potíže s navazováním nových kontaktů, což může omezit jejich kariérní růst.

f) Loajalita a důvěra

Introverti jsou zpravidla loajální a neprozrazují tajemství. Preferují kvalitu nad kvantitou v komunikaci i ve vztazích. Jsou psychicky vyrovnanější, ohleduplnější a citlivější.

g) Negativní aspekty

Introverti mohou působit jako méně přístupní. Mohou se stávat obětí toxických vztahů, protože si váží toho, co mají, a ne vždy včas rozpoznají, kdy by měli říct "dost".

h) Práce a kariéra

Introverti excelují v samostatné práci a detailní analýze. Mohou být výborní v profesích, které vyžadují hluboké soustředění a pečlivé promýšlení.

i) Kreativita

Introverti jsou často velmi kreativní. Mezi známé introvertní osobnosti patří například herec Karel Roden nebo Johnny Depp.

j) Aktivní naslouchání

Introverti jsou vynikající v aktivním naslouchání a hlubokém soustředění, což jim umožňuje lépe pracovat se stresem.

3.11.2. Koučovací tipy pro práci s introverty:

a) Poskytnutí prostoru

Dopřejte introvertům dostatek času na formulování odpovědí a přemýšlení. Nepospíchejte na ně s rychlými odpověďmi, aby se necítili pod tlakem.

b) Klidné prostředí

Pro schůzky s introverty vybírejte klidné a soukromé prostředí, kde se budou cítit pohodlně a bezpečně. Online konzultace mohou být pro ně ideální.

c) Otevřené otázky

Kladení otevřených otázek, které podporují hlubší úvahy, jsou klíčem k získání více informací od introvertního klienta.

d) Aktivní naslouchání a empatie

Věnujte pozornost nejen slovům, ale i neverbálním signálům. Prokažte empatii a porozumění jejich potřebám a obavám.

e) Struktura a jasnost

Poskytujte jasné instrukce a rozděľujte úkoly do menších částí. Vyhýbejte se přílišnému zahlcování informacemi.

f) Pozitivní zpětná vazba

Poskytujte pozitivní zpětnou vazbu a motivujte introverty k plnění jejich cílů. Oceňte i menší pokroky, které mohou znamenat zásadní změny.

Výše uvedené body vám pomohou vytvořit prostředí, ve kterém se introverti budou cítit pohodlně a budou ochotni se otevřít a sdílet své myšlenky a pocity.

3.11.3. Specifika komunikace s extroverty

Extrovertů je ve srovnání s introverty zhruba dvě třetiny, což může vést k vzájemnému nepochopení, jelikož se obě skupiny mohou setkávat v různých prostředích, kde se jejich odlišnosti projevují. Extroverti získávají energii z interakce s ostatními lidmi a zaměřují se více na vnější prostředí. Jsou často společensky aktivní, hovorní a rádi se obklopují přáteli a známými.

Pro kouče znamená práce s extrovertním klientem především to, že klient bude mít chuť a potřebu diskutovat a aktivně se zapojovat do procesu koučování. Důležité je vnímat, že každá

osoba má své nuance a míru projevu extrovertnosti či introvertnosti, což se může v průběhu času měnit.

Extroverti jsou obvykle velmi hovorní a jejich komunikace může být intenzivní. To znamená, že kouč by měl být připraven na to, že extrovert může přinést mnoho nápadů a cílů, ale ne všechny budou reálně dosažitelné. Extroverti mají také tendenci preferovat kvantitu nad kvalitou ve svých vztazích, což znamená, že mají mnoho známých, ale méně hlubokých přátelství.

3.11.4. Vhodné prostředí pro koučování extrovertů

a) Schůzky ve fyzickém prostředí:

- Kavárny, parky, veřejná místa: Extrovertům vyhovuje schůzka v prostředí s vyšší frekvencí lidí, kde je možné se setkat s novými podněty. Pro extroverty není problém se scházet v místech, kde je živo.

- Poradny a kanceláře: I zde se cítí pohodlně, ale důležité je, aby prostor byl interaktivní a nabízel možnosti pro diskusi.

b) Online prostředí:

- Videohovory: Extroverti preferují vizuální kontakt a interakci. Videohovory jim umožňují vidět a reagovat na kouče, což je pro ně důležité.

- Skupinové koučování: V případě skupinových sezení se extroverti rádi zapojují do diskuzí a přispívají svým pohledem. Jsou aktivní účastníci, kteří mohou přinést dynamiku do skupiny.

3.11.5. Komunikace a interakce s extrovertem

a) Adaptabilita a naslouchání

- Rychlé myšlení a vyjadřování: Extroverti očekávají rychlé reakce a okamžitou zpětnou vazbu. Kouč by měl být připraven na jejich tempo a být schopen aktivně naslouchat.

- Emoční inteligence: Extroverti se často projevují impulzivně a mohou být méně vnímaví k emocím druhých. Kouč by měl být schopen poskytnout jim zpětnou vazbu a pomoci jim rozvíjet sebereflexi a sociální dovednosti.

b) Motivace a povzbuzení

- Pozitivní zpětná vazba: Extroverti oceňují pochvalu a uznání, což je motivuje k dalšímu úsilí. Veřejné uznání a pochvala před ostatními jim dodávají energii.

- Jasná komunikace: Důležité je udržovat komunikaci přímou a strukturovanou, aby se předešlo odbíhání od tématu.

c) Výhody extrovertů

- Vysoká úroveň energie: Extroverti přinášejí do interakcí energii a dynamiku, což může být přínosem v mnoha situacích.

- Sociální dovednosti: Jejich schopnost snadno navazovat kontakty a komunikovat je činí skvělými ve vedoucích pozicích a v týmové práci.

d) Výzvy pro extroverty

- Impulzivnost: Extroverti mohou jednat bez rozmyšlení, což může vést k problémům v komunikaci a vztazích. Je důležité jim pomoci rozvíjet sebereflexi a kontrolu nad svým chováním.

- Rovnováha v aktivitách: Mají tendenci zapojovat se do mnoha aktivit najednou, což může vést k nedokončování úkolů. Kouč by měl pomoci extrovertovi udržet fokus na stanovených cílech.

Extroverti mají své specifické potřeby a způsob komunikace, které je důležité v koučování respektovat a přizpůsobit se jim. Vytvoření vhodného prostředí, ať už fyzického nebo online, je klíčové pro úspěšnou spolupráci. Flexibilita kouče a schopnost aktivního naslouchání jsou nezbytné pro dosažení stanovených cílů a úspěchu v koučování extrovertů.

4. Vhodné koučovací prostředí

4.1. Offline prostředí

a) Vizuální estetika a pohodlí kanceláře

Vhodné prostředí kanceláře nebo poradny hraje zásadní roli ve vytváření příjemného a profesionálního dojmu na klienty. Kancelář by měla být vybavena vkusnými a esteticky příjemnými doplňky, jako jsou květiny nebo rostliny, které nejen zpříjemní atmosféru, ale také mohou pozitivně ovlivnit emoční naladění klientů, zejména žen. Je důležité držet se zásady "méně je více", aby prostor nerozptyloval klientovu pozornost.

b) Umělecké prvky a difuzéry

Přítomnost vkusného obrazu nebo jiného uměleckého díla může kancelář obohatit, avšak je důležité, aby takové prvky byly pouze estetickým doplňkem a nevyvolávaly zbytečné otázky či rozptýlení. Pro vytvoření příjemné atmosféry lze také využít aroma difuzér s kvalitním aromaolejem. Doporučené jsou zejména citrusové vůně, které jsou osvěžující a podporují bdělost.

c) Větrání a teplota

Je důležité dbát na pravidelné větrání kanceláře a udržování optimální teploty. Kancelář by neměla být ani příliš teplá, ani příliš chladná, protože extrémní teploty mohou odvádět pozornost klienta od samotného koučování a zvyšovat jeho nepohodlí.

d) Udržování pořádku a čistoty

Kancelář by měla být pravidelně uklízena, aby působila čistě a přehledně. Prostor by neměl být přeplněný nebo zaskládaný osobními věcmi, protože chaos a nepořádek mohou negativně ovlivnit klientovo vnímání.

e) Pohostinnost

Během úvodní konverzace nebo první schůzky je vhodné nabídnout klientovi kávu, čaj nebo vodu. Tento drobný akt pohostinnosti může pomoci prolomit ledy a vytvořit příjemnější atmosféru. Náklady na tyto nápoje jsou minimální, ale jejich přínos pro klientovu pohodu může být značný.

f) Pozornost a zapisování poznámek

Při komunikaci s klientem je důležité věnovat mu plnou pozornost. Pokud si děláte poznámky, je vhodné volit ruční zápis do notesu nebo desek místo používání počítače, který může působit rušivě a vytvářet dojem, že se věnujete jiné činnosti.

g) Prevence vyrušení

Na vstupní dveře kanceláře je vhodné umístit informaci o probíhajícím sezení, aby se minimalizovalo riziko nechtěného vyrušení. Klienti ocení, že jejich čas je respektován a že nedochází k neplánovaným přerušením.

h) Alternativní prostředí pro konzultace

Kromě kanceláře můžete využívat i alternativní prostory, jako jsou kavárny, coworkingová centra nebo podnikatelské inkubátory. Tyto prostory mohou poskytnout zajímavé a inspirativní prostředí, které může být vhodné pro určité typy klientů. Nicméně je důležité si uvědomit, že tato prostředí nemusí vyhovovat všem, zejména introvertům, kteří preferují větší míru soukromí.

i) Terapie v přírodě

Terapie a konzultace v přírodě, například během procházky, nabírají na popularitě. Tento přístup může být velmi účinný, protože pohyb a pobyt v přírodě mohou uvolnit tělo i mysl klienta, což podporuje otevřenost a sdílnost. Tato metoda však závisí na fyzické zdatnosti klienta a aktuálních povětrnostních podmínkách.

4.2. Online prostředí

Pro online spolupráci je důležité, aby prostředí, které klient vidí na obrazovce, bylo jednoduché a nerušilo jeho pozornost. Výrazné barvy a dekorace mohou odvádět pozornost klienta od vás a vašich sdělení.

Klient by neměl být rozptylován knihami, uměleckými díly nebo vystavenými předměty. Vytvořte si tedy koutek, který je jednoduchý a neutrální. Pokud máte svůj pracovní prostor zařízený osobitě a chcete zachovat soukromí, můžete využít virtuálního pozadí.

a) Pozadí a technické nároky

Použití virtuálního pozadí je jednou z možností, jak si chránit soukromí. Doporučuji předem otestovat kvalitu přenosu, protože špatně nastavené virtuální pozadí může vypadat neprofesionálně kvůli různým barevným skvrnám nebo rozmazaným místům kolem hlavy. Doporučuje se také použití zeleného nebo modrého plátna pro lepší kódování a následný přenos.

Pokud nechcete používat virtuální pozadí, postačí vám jednoduché vybavení – malý pracovní kout např. s poličkou, květinou nebo bodovým osvětlením. Zajistěte, aby váš pracovní prostor nebyl přeplněný dekoracemi, které ve výsledku odvádí pozornost.

b) Hudba a další rušivé elementy

Hudba jako podkres během online sezení není vhodná, protože odvádí pozornost klienta. V offline kanceláři je hudba také nevhodná, pokud se nejedná o relaxační nebo meditační techniky, které jsou součástí vaší metody. Během konzultace by měl být klid, abyste se vy i klient mohli soustředit na rozhovor.

c) Oční kontakt a neverbální komunikace

I v online prostředí je důležité udržovat průběžný oční kontakt, který vyjadřuje vaši plnou pozornost. Klient by měl mít pocit, že mu věnujete pozornost a nejste rozptýleni jinými činnostmi. Neverbální komunikace je omezená, ale stále důležitá – pozice hlavy, opření o ruku nebo vytočení těla vypovídají o klientově stavu.

d) Jasná a srozumitelná komunikace

Jasný a srozumitelný jazyk, dobrá artikulace a stabilní internetové připojení jsou klíčové pro úspěšnou komunikaci. Kvalitní připojení je nezbytné, aby nedocházelo k přerušování signálu, což může narušit tok rozhovoru.

e) Materiály a podpora klienta

Pro klienty můžete mít připravené různé materiály, které s nimi budete sdílet během online konzultací. Prezentace, vizualizace nebo grafy pomáhají lépe pochopit probíraná témata. Vždy je lepší kombinovat vizuální podněty se slovním vysvětlením.

f) Zápisníky a aplikace

Vytvořte si sdílené soubory, které mohou sloužit jako deníky pro zapisování stravy nebo dalších dohodnutých bodů. Tyto nástroje umožňují okamžité sdílení a přehled o pokrocích klienta. Bezplatné aplikace jako Zoom, StreamYard nebo Skype mohou být velmi užitečné.

g) Hlasové zprávy

Hlasové zprávy jsou oblíbené, protože umožňují klientovi slyšet váš tón hlasu a motivaci, což je někdy efektivnější než psané zprávy. Textové zprávy mohou být snadno špatně interpretovány, zatímco hlasový projev přenáší vaše emoce a podporu.

h) Edukativní materiály

Vytvořte pro klienty edukativní materiály, jako jsou e-knihy nebo články, které mohou studovat mezi sezeními. Tyto materiály mohou zahrnovat často kladené otázky a odpovědi, které vám ušetří čas při opakovaném vysvětlování stejných témat.

i) Profesionální přístup

Zajistěte si dobře osvětlený pracovní prostor a používejte kvalitní vybavení. Udržujte čistotu a pořádek ve svém pracovním prostoru. Profesionální přístup zahrnuje také dochvilnost, vhodné oblečení a vypnutí notifikací na mobilních zařízeních.

4.3. Zabezpečení klientských dat

Je důležité, aby všechny osobní a citlivé informace klientů byly řádně zabezpečeny, ať už v tištěné nebo elektronické formě. Měli byste zvážit investici do zamykatelné skříňky nebo trezoru, aby byly tyto údaje chráněny před krádeží nebo neoprávněným přístupem.

Vytváření vhodného prostředí pro koučování a poradenství je klíčové pro budování důvěry a pohodlí klientů. Důraz na estetiku, pohodlí, bezpečnost a pohostinnost může významně ovlivnit úspěch vašich konzultací.

5. Cíle

5.1. Stanovení cílů, cesta klienta

a) Identifikace potřeb a priorit klienta

V přípravné fázi je klíčové zjistit, co klient považuje za prioritu a jaké jsou jeho cíle. Stanovení konkrétních a měřitelných cílů, jako je například zhubnutí určitého počtu kilogramů za měsíc, poskytuje jasný směr spolupráce.

b) Budování důvěry a individuální přístup

Důvěra a dobrý vztah s klientem jsou základem úspěšné spolupráce. Aktivní naslouchání, empatie a kladení různých otázek pomáhají budovat důvěru a respekt k individuálním potřebám klienta.

c) Hodnocení aktuální situace

V této fázi hodnotíme současný stav klienta, jeho výživové návyky, životní styl a další zvyklosti. Tento startovací bod nám umožňuje efektivně plánovat další kroky.

d) Konkrétní kroky a harmonogram

Plánujeme konkrétní kroky a stanovujeme časový rámec pro jejich dosažení. To může zahrnovat pravidelné stravovací návyky, plánování nákupů a další akční kroky přizpůsobené individuálním potřebám klienta.

e) Pravidelná zpětná vazba

Pravidelné sledování a hodnocení pokroků klienta je klíčové pro úpravu plánů a dosažení cílů. Zpětná vazba a hodnocení výsledků nám umožňují lépe přizpůsobit naše metody a přístupy.

f) Udržitelnost změn

Poslední fází je hodnocení dosažených výsledků a plánování dalších kroků. Je důležité zajistit, aby změny byly dlouhodobě udržitelné a aby klient měl jasný směr pro svůj další rozvoj.

g) Otevřená komunikace a pravidelné hodnocení

Klíčem k úspěchu je otevřená komunikace a pravidelné hodnocení pokroku. Délka koučinkového procesu je individuální a závisí na mnoha faktorech, které můžeme ovlivnit naším profesionálním přístupem a podporou.

5.2. Správné stanovení cíle

Je důležité si uvědomit, že špatně stanovený cíl může být demotivující. Když klient dosáhne cíle, který nechtěl, může se cítit, že zbytečně investoval čas, energii a finance. Proto je klíčové, aby cíl byl ve shodě s klientovými pocity a potřebami. V rámci coachingu musíme zohlednit celou osobu klienta, nejen jednu oblast jeho života.

a) Kontext života klienta

Pro efektivní coaching je důležité znát celý kontext života klienta. Výživa nebude fungovat bez správného spánkového režimu, zvládání stresu, pohybu nebo kvalitních surovin. Musíme odhalit více souvislostí než jen poladit jídelníček.

b) Metoda SMART

Pro stanovení cílů používáme metodu SMART, která pomáhá definovat specifické, měřitelné, dosažitelné, realistické a časově ohraničené cíle. Tato metoda je univerzální a může být přizpůsobena individuálním potřebám klienta.

1. Specifický (Specific) - Cíl musí být jasně definovaný. Například místo obecného "zdravěji se stravovat" je lepší "nakoupit podle seznamu zdravých potravin".
2. Měřitelný (Measurable) - Výsledek musí být hmatatelný. Musíme vidět, zda byl cíl splněn, abychom mohli vyhodnotit úspěšnost. Například měřit úbytek cm nebo kg.
3. Dosažitelný (Achievable) - Cíl musí být realistický a dosažitelný v rámci klientových možností.
4. Realistický (Realistic) - Cíl musí být v souladu s klientovými schopnostmi a možnostmi.
5. Časově omezený (Time-bound) - Každý cíl by měl mít stanovený časový rámec, kdy má být dosažen.

5.3. Výhody stanovení cílů

Stanovení cílů přináší mnoho výhod, včetně motivační atmosféry, lepší kontroly nad životem, pocitu úspěchu a smysluplnosti. Cíle také poskytují příležitost k osobnímu růstu a zvyšují šance na úspěch v osobním i pracovním životě.

a) Aktivní zapojení klienta

Aktivní zapojení klienta do procesu stanovení cílů je klíčové. Je důležité komunikovat s klientem, ptát se na jeho názory, pocity a aktuální priority. Tím zajišťujeme, že klient cítí větší zodpovědnost a motivaci k dosažení svých cílů.

b) Psychologické aspekty cílů

Stanovení cílů má významný dopad na psychické nastavení a celkový pocit štěstí. Lidé, kteří mají cíle, jsou obecně šťastnější, zdravější a sebejistější. I malé, každodenní cíle mohou výrazně zlepšit kvalitu života.

5.4. Stanovení cílů v praxi

Stanovení cílů by mělo být součástí každodenního života. I malé cíle, jako plánování nákupů nebo omezení stresových situací, mohou mít velký dopad na celkové zdraví a pohodu.

a) Cvičení: Dva možné scénáře za deset let

Budete potřebovat tužku a papír nebo počítač. Cvičení se jmenuje "Dva možné scénáře za deset let" a skládá se ze tří sloupečků.

1. Levý sloupeček: Současný stav

- Zapište si důležité aspekty vašeho současného života: věk, rodina, zaměstnání, vzdělání, příjem, zdraví, vitalita a spokojenost. Přidejte vše, co považujete za důležité.

2. Prostřední sloupeček: Pravděpodobný vývoj

- Zapište, kde budete za deset let, pokud se nic nezmění. Jak se váš život bude vyvíjet na základě současného stavu? Přemýšlejte o přirozeném vývoji a předpokládejte, že zůstanete v současném zaměstnání, se stejným vzděláním a příjmem.

3. Pravý sloupeček: Ideální budoucnost

- Zapište, jaký byste si přáli mít život za deset let. Co by bylo ideální? Co byste chtěli dosáhnout? Fantazii se meze nekladou, pište vše, co vás napadne, i když to může vypadat nedosažitelně.

Význam cvičení:

Toto cvičení vám umožní vidět rozdíly mezi současným stavem, pravděpodobným vývojem a vašimi ideálními představami. Umožní vám to lépe pochopit, co skutečně chcete a jaké kroky musíte podniknout, abyste dosáhli svých cílů. Zároveň vám to pomůže zachytit dlouhodobé změny a sledovat, zda jdete správnou cestou.

b) Důležitost ručních zápisků

Ruční psaní poznámek má mnoho výhod. Podporuje lepší zapamatování, koncentraci a schopnost analyzovat a syntetizovat informace. Psát ručně znamená aktivně zpracovávat informace a přemýšlet o nich, což je efektivnější než mechanické přepisování do počítače. Navíc ruční psaní může sloužit jako forma meditace, která zpomaluje tempo a zvyšuje soustředění.

c) Motivace a plánování

Stanovení cílů a plánování kroků k jejich dosažení je klíčové pro úspěch a spokojenost. Plánování pomáhá snižovat stres, protože víme, co nás čeká a jakou energii pro to potřebujeme. Bez plánování může mozek snadno nabýt pocitu, že nic nestíháme, což zvyšuje hladinu stresu.

d) Koučinkové otázky a další metody

Pokud klient neví, jaké cíle si stanovit, můžete mu nabídnout seznam možností a inspirovat ho k přemýšlení o tom, co ho opravdu baví a čeho by chtěl dosáhnout. Může to být cokoli od zlepšení kondice, přes účast na závodech až po zlepšení životního stylu.

5.5. Akční kroky a flexibilita cílů

Každý cíl, ať už osobní nebo pracovní, musí mít akční kroky, které tvoří akční plán nebo strategii. Strategie je obecné pojmenování těchto kroků a plnění cílů. Ve spolupráci s klientem můžeme zjistit, že daný cíl v časovém horizontu není reálný a potřebuje přepracovat.

a) Pružnost cílů

- Význam pružnosti: Osoba, která je pružná, je více naplněná a motivovaná než ta, která trvá na plnění plánů bez změn. Jak se bude cítit klient, který zjistí, že svůj plán nesplní kvůli nečekaným okolnostem?

- Úprava časového horizontu: Pružný klient si posune časový horizont o několik týdnů a bude pokračovat na své cestě, zachová si motivaci a nezhodí investovanou energii a práci.

b) Dosažitelnost a reálnost cílů

Cíle by měly být dosažitelné a reálné. Například finanční cíl: Pokud chce klient našetřit 1 milion korun za 3 roky, musí si odkládat 28 tisíc korun měsíčně. Pokud jeho měsíční rozpočet tomuto neodpovídá, je tento cíl nerealistický. Stejně tak to platí pro cíle ve výživě a zdraví.

c) Počet cílů

Cíle by měly být ve správném počtu. Měly by být dostatečnou výzvou a motivační, ale ne příliš mnoho, aby nevytvářely tlak, který by mohl klienta demotivovat.

Příliš mnoho cílů: Může vést k pocitu zahlcení a demotivace.

Příliš málo cílů: Může vést k rychlému dosažení cílů a nedostatečné motivaci.

d) Konkrétnost cílů

Cíle by měly být konkrétní. Například „chtěla bych zhubnout“ je příliš obecné. Konkrétnost zahrnuje kolik chce klient zhubnout, v jakém časovém horizontu, za jakých okolností atd.

Specifikace cílů:

- Kolik chce klient zhubnout?
- V jakém časovém horizontu?
- Za jakých okolností a s jakou motivací?

e) Priority cílů

Priority jsou klíčové pro efektivní řízení času a dosažení cílů. Pomáhají udržovat rovnováhu mezi prací a osobním životem a předcházejí syndromu vyhoření.

Stanovení priorit:

- Denní režim: Klient by měl sledovat aktivity, které přispívají k dosažení cílů a eliminovat ty, které jsou zbytné.
- Delegování povinností: Některé povinnosti může klient delegovat na jiné členy domácnosti nebo zjistit, že nejsou nutné.

Cvičení pro stanovení priorit

Jedním z cvičení může být představa posledního roku života a zamyšlení se nad tím, co by klient chtěl zažít a čemu by se věnoval.

- Co by klient dělal, kdyby měl poslední rok života?
- Co by nedělal?
- Jaké činnosti by mu přinesly radost a naplnění?

f) Kompatibilita cílů

Cíle by měly být vzájemně kompatibilní a podporovat se. Pokud klient chce zlepšit svůj zdravotní stav, ale má nezdravý životní styl, je třeba zvážit, zda cíle nejsou v rozporu.

g) Posun díky cílům

Klient by si měl položit finální otázku: Pomohou mi tyto cíle se posunout? Tato otázka slouží jako poslední kontrolní bod, zda jsou cíle správně stanovené a motivující.

h) Časté změny cílů

Pokud klient často mění cíle, může to poukazovat na vnitřní nespokojenost nebo nejasnost v tom, co opravdu chce. Doptávejte se klienta, abyste zjistili, zda cíle reflektují jeho skutečné touhy.

5.6. Oslavy dosažených cílů

Jedním z důležitých aspektů pro zachování dlouhodobé motivace je oslavování dosažených cílů. Slavit úspěchy je žádoucí, protože uznání a slova podpory podporují pozitivní změny v chování a udržují právě dlouhodobou motivaci. Naše mozky obdrží dávku šťastných hormonů, což zjednodušuje přijetí dalších změn a usnadňuje implementaci náročnějších cílů do životního stylu.

a) Význam odměn

Odměňování klientů za dosažení cílů je důležité. Může jít o malé odměny jako výlet, dárek nebo dobré výjimečné jídlo. Tyto odměny dodávají klientovi pocit úspěchu a pomáhají udržet motivaci. Diskutujte s klientem, jaké odměny jsou pro něj vhodné a zdravé, a stanovte je jako součást cesty k cíli.

b) Sliby sami sobě

Sliby dané sami sobě jsou nejdůležitější. Pokud klient opakovaně porušuje své vlastní sliby, ztrácí důvěru ve své schopnosti dosáhnout cílů. Je důležité, aby klienti začali plnit i malé sliby, což jim pomůže zvýšit jejich sebehodnotu a důvěru v dosažení větších cílů.

c) Paretův princip

Paretův princip (80/20 pravidlo) je užitečný nástroj při stanovování cílů. Znamená, že 80 % úspěchu pochází z 20 % efektivně vynaloženého úsilí. Tento princip můžeme aplikovat na různé oblasti života a pomáhá nám soustředit se na důležité úkoly, které mají největší dopad. Zároveň ve výživě ukazuje, že není nutné plnit svůj plán přesně na 100% a trvat na každém kroku do detailu. 20% je zde odchylka, která neohrozí vytyčený cíl.

d) Nastavení na úspěch

Pro dosažení cílů je klíčové být si vědom odpovědnosti za svůj život a neobviňovat ostatní za své neúspěchy. Sebereflexe a přijetí odpovědnosti za své činy jsou základními předpoklady pro úspěch. Nastavte se na úspěch tím, že budete činit konkrétní akční kroky vedoucí k vašim cílům.

5.7. Pozitivní myšlení a jeho vliv na dosažení cílů

Pozitivní myšlení je přirozenou touhou každého z nás, ale aby bylo efektivní, je nutné ho propojit s realitou a konkrétními akčními kroky. Pouhé přemýšlení o úspěchu nestačí. Je důležité propojit pozitivní myšlení s tím, co právě žijeme a prožíváme. Negativní vlivy, jako kritika či pochyby, mohou způsobit, že člověk začne své cíle vzdávat. Je nutné se naučit nenechat se ovládat emocemi druhých a ujasnit si své cíle a životní poslání.

a) Hypotetické situace pro uvědomění si cílů

Představte si dvě různé životní situace: jedna je ideální, kde vám nic nechybí, a druhá je bídná, plná nedostatků. Jak byste se v těchto podmínkách drželi svého cíle? Toto zamyšlení vám pomůže zjistit, zda je váš cíl opravdu v souladu s tím, co skutečně chcete žít.

b) Rozhodování a řízení svého života

Denně činíme tisíce rozhodnutí, od těch malých až po velké. Uvědomění si těchto voleb a zaměření se na to, co je pro nás nejlepší, je klíčové. Naučte se říkat ne úkolům a požadavkům, které vás od vašich cílů odvádějí. Říkání ne druhým znamená říkat ano sobě.

c) Překračování komfortní zóny

Pro dosažení cílů je nutné být ochoten riskovat a zkoušet nové věci. To může zahrnovat například zkoušení nových metod, přihlášení do kurzů nebo cestování. Překračování komfortní zóny vede k růstu, většímu sebevědomí a lepšímu zvládnání cílů.

d) Pocit závazku

Spolupráce s koučem či poradcem přináší pocit závazku. Je důležité, aby klient cítil motivaci pracovat na svých akčních krocích a plnil své závazky. Pocit závazku zvyšuje motivaci a pomáhá klientovi překonávat překážky a dosahovat cílů.

Závěr

Stanovení cílů je základním nástrojem pro osobní růst a úspěch. Bez ohledu na věk nebo životní situaci, cíle nám pomáhají směřovat život správným směrem a dosahovat toho, co si přejeme. Práce na jejich dosažení vyžaduje optimismus, vytrvalost a schopnost dělat malé kroky. Každý krok se počítá a vede k dosažení velkého cíle.

6. Komunikace s klientem

a) Jasnost a srozumitelnost

Komunikujte s klientem co nejjasněji a nejjednodušeji. Vyhněte se používání příliš odborných výrazů a zaměřte se na jednoduchá řešení. I když sdělujete citlivější informace, mluvte přímo k podstatě věci, abyste efektivně využili vymezený čas.

b) Aktivní naslouchání

Klient očekává naši plnou pozornost a zapojení. Nenechte se rozptylovat okolím nebo jinou prací. Pokud jde o skupinový koučink, dělte pozornost mezi účastníky podle jejich zájmu pracovat a interagovat.

c) Respekt k individuálním potřebám

Nezapojujte se do klientova hovoru a respektujte jeho prostor pro vyjádření. To platí jak pro introverty, kteří se mohou stáhnout, pokud jsou přerušeni, tak pro extroverty. Aktivní naslouchání vám umožní odhalit různé důležité souvislosti, které mohou prodloužit a zkvalitnit spolupráci.

d) Emoce a profesionalita

Udržujte si profesionální klid a odstup. Silné emoce klienta neberte příliš osobně, abyste mohli poskytnout objektivní a efektivní podporu.

Klient může během sezení projevovat silné emoce, včetně pláče nebo používání hrubých slov. Je důležité tyto projevy vnímat jako signál, že se dostáváte k jádru problému, a zachovat nadhled.

6.1. Obecné zásady komunikace s klientem

a) Otázky začínající předponou "ne" jsou kontraproduktivní. Místo "Nechcete mi říct, co vás trápí?" použijte "Pojďte mi říct, co vás trápí." Podobně přeměňte další negativně začínající otázky na pozitivní.

b) Slova "musíte" a "je potřeba"

Vyhněte se používání slov "musíte" a "je potřeba". Tyto výrazy mohou vytvářet tlak a být špatně pochopeny. Místo toho použijte méně nátlakové formulace.

c) Otázky by měly být konkrétní a jasné, aby poskytly užitečné informace. Místo "Jak si myslíte, že to ovlivňuje váš přístup?" použijte "Jak ovlivňuje tato situace vaše stravovací návyky?"

d) Otevřené otázky jsou klíčovým nástrojem v koučinku. Pomáhají klientovi vyjádřit své myšlenky a pocity. Vyžadují rozšířenou odpověď, která vede k hlubší diskuzi a lepšímu porozumění klientovy situace.

e) Příklady otevřených a uzavřených otázek

Porovnejte otázky "Jste rozlobená?" s "Jak se cítíte?" nebo "Dodržujete svůj kalorický příjem?" s "Popíšete mi svůj jídelníček?" Otevřené otázky vedou k širším odpovědím a lepšímu pochopení.

f) Reakce na nedostatečné odpovědi

Když si všimneme, že lidé neodpovídají podle našich očekávání, není potřeba si to brát osobně. Je důležité dát druhému člověku prostor, aby svou odpověď upřesnil, nebo mu položíme další, jinak formulovanou, doplňující otázku. Tím, že netlačíme na odpověď, zajišťujeme, že získáme hodnotné a smysluplné informace, které mohou posunout naši konverzaci dál.

g) Získávání a sdílení informací

Otevřené otázky dávají klientům největší prostor vyjádřit své pocity a názory. Často se stává, že klienti si při rozhovoru uvědomí věci, které jim předtím nedocházely. Úkolem koučů je být zvědaví a otevření k tomu získávat více než jen odpovědi. Toto nastavení motivuje klienta k přemýšlení a nalezení vlastních řešení.

h) Emoční reakce a profesionalita

Klient může přijít v různých emočních stavech. Naším úkolem je zachovat profesionalitu, nadhled a pochopení. Když se klient svěřuje se svými emocemi, pomáhá mu to uvolnit se a nám to poskytuje prostor pro smysluplnou konverzaci. Pocity a emoce nelze ignorovat, jsou základem komunikace. Důležité je poskytnout klientovi klidný a bezpečný prostor.

i) Formulace otevřených otázek

Klíčem k úspěchu je vhodná formulace otevřených otázek. Tyto otázky by měly být konkrétní a jednoduché, aby poskytly prostor pro bohaté odpovědi. Příklady otevřených otázek:

- Jaké pocity ve vás vyvolává tato situace?
- Co pro vás tato zkušenost znamená?
- Jaké kroky byste mohli podniknout k dosažení vašeho cíle?

6.2. Práce s tichými klienty

Někdy klienti odpovídají jednoslovně i na otevřené otázky. V takovém případě můžeme použít techniku založenou na jejich odpovědích a poskytnout jim ticho pro další odpověď. Například:

- "Co se vám na novém stravovacím plánu líbí nejvíc?" Pokud odpoví stroze, můžeme se zeptat: "A v čem je pestřejší?" a nechat klienta přemýšlet.

a) Nonverbální komunikace

Kromě slov můžeme použít i nonverbální komunikaci. Například při otázce můžeme tónem hlasu protáhnout poslední slova a nonverbálně pomocí gesta ruky vybídnout klienta k odpovědi. Toto pomáhá zejména u klientů, kteří mluví málo.

6.3. Práce s emocemi

Pokud klient projeví emoce, jako jsou slzy nebo vztek, je důležité zachovat klid a poskytnout podporu. Emoce klienta nejsou osobním útokem na kouče, jsou to jeho pocity, se kterými pracuje. Naším úkolem je poskytnout bezpečný prostor, kde může své emoce vyjádřit.

a) Motivace a respekt

Otázky a odpovědi posilují klientovu motivaci. Je důležité respektovat klientovy pocity a myšlenky, protože popírání těchto pocitů vede k většímu napětí. Aktivní naslouchání a empatie jsou klíčové pro úspěšný koučovací rozhovor.

6.4. Nevhodné otázky v koučinku

a) Výrazy vytvářející tlak

- "Musíte to změnit" - vytváří tlak
- "Všechno bude v pořádku" - popírá pocity klienta
- "Vím přesně, jak se cítíte" - nevíme, každý má své individuální pocity

b) Otázky vyjadřující nadřazenost

- "Být vámi, tak..." - vyjadřuje osobní zkušenosti kouče, ne klienta
- "Nevěřím, že..." - popírá pohled klienta
- "Proč neuděláte..." - může působit jako nátlak

c) Další nevhodné výrazy

- "To je problém" - poukazuje na problém, místo hledání řešení
- "To nevidíte, že..." - vytváří tlak a nátlak
- "Mohlo by být hůř" - zlehčuje klientovy pocity
- "S tím se srovnáte" - není jisté, že se klient srovná
- "To se stává každému" - degraduje individuální pocity klienta

6.5. Vhodné otázky v coachingu

a) Podporující otázky

- "Zdá se, že..." - vyjadřuje úhel pohledu bez hodnocení
- "Můžete mi říct více o..." - podporuje detailnější vyjádření klienta
- "Co si myslíte, že by vám pomohlo?" - nabádá k hledání vlastních řešení

b) Hypotetické otázky

- "Co by se stalo, kdyby?" - otevírá prostor pro fantazii a různé úhly pohledu
- "Jak se cítíte, když..." - zjišťuje emoce klienta

c) Ujišťující otázky

- "Chci se zeptat, jestli vás chápu správně" - potvrzuje, že si rozumíme
- "Jsem tady, abych vás podpořil" - vyjadřuje podporu bez podmínek

6.6. Technika přikyvování

Přikyvování je přirozená forma neverbální komunikace, kterou jsme si osvojili již v dětství při napodobování okolí. Toto gesto vyjadřuje souhlas a porozumění.

Pokud při rozhovoru začne přikyvovat jedna osoba, po chvílce začne přikyvovat i druhá. Toto zrcadlení je signálem, že si obě osoby rozumí a jsou na stejné vlně.

a) Výhody přikyvování

- Udržuje plynulost konverzace
- Zvyšuje soustředění
- Vyjadřuje pozornost a porozumění

b) Nevýhody přikyvování

Přehnané přikyvování nebo upřený pohled může působit nepřírozeně a vytvářet tlak. Proto je důležité používat tuto techniku s mírou.

6.7. Technika sumarizace

Sumarizace pomáhá klientovi vidět situaci v širším kontextu a udržuje orientaci na cíl. Zároveň poskytuje přehled v myšlenkách a potvrzuje, že si vzájemně rozumíme.

Sumarizace by měla obsahovat jen pár důležitých bodů a reflektovat i pocity klienta. Na konci každé konzultace je dobré shrnout hlavní body, na čem jsme se shodli, co změníme a jaká bude naše další cesta.

6.8. Technika konfrontace

Konfrontace ukazuje nesrovnalosti mezi skutečným a idealizovaným stavem klienta. Pomáhá klientovi vidět rozdíly mezi jeho vnímáním světa a skutečností.

Při konfrontaci je důležité jednat empaticky a nehodnotit klienta. Konfrontace může vést k "aha" momentům, které jsou klíčové pro další kroky a změny.

6.9. Technika "Pětkrát proč"

Tato metoda pomáhá odhalit hlubší příčiny problémů a vede k zamyšlení nad motivacemi a hodnotami klienta.

- Příklad: "Proč si myslíte, že se vám nedaří hubnout?"
- Pokračujte dalšími "proč" otázkami, až dojdete k jádru problému.

Výhody a nevýhody

Metoda může být velmi účinná, ale otázky "proč" mohou také působit hodnotícím a stresovým dojmem. Je důležité je používat citlivě a empaticky.

6.10. Otázky

Zde se zaměříme na tvorbu efektivních otázek a na to, jak pomocí zájmen vytvářet otázky, které povedou klienta k odpovědím, které v sobě nalezne.

6.10.1. Udržení pozornosti v přítomnosti

Klienti často utíkají do minulosti nebo budoucnosti. Je důležité je směřovat k uvědomění přítomnosti a k důležitosti jednání tady a teď.

Příklady otázek

- "Co by pro vás bylo nejlepší právě teď?"
- "Co právě teď vidíte jako řešení?"

6.10.2. Jak

a) Nevýhody:

1. Přetížení informacemi:

- Příliš mnoho otázek začínajících na „jak“ může klienta zahltit množstvím informací, které po něm požadujeme, může to vést k pocitu úzkosti.

2. Detailní zaměření:

- „Jak“ může vést ke zbytečným detailům, které nejsou relevantní k hlavním cílům a hodnotám.

- Například: „Jak přesně budete vařit každé jídlo během týdne?“ může být příliš detailní a vyčerpávající.

3. Povrchnost:

- Méně promyšlené otázky „jak“ mohou vést k povrchním odpovědím, které neodrážejí skutečnou podstatu problému.

b) Výhody:

1. Praktické aspekty a konkrétní kroky:

- Otázky „jak“ pomáhají formulovat konkrétní plány a strategie.
- Například: „Jak plánujete začlenit více zeleniny do své stravy?“ směřuje klienta k akčním krokům.

2. Podpora přemýšlení:

- „Jak“ podporuje klienta v hledání nových řešení a cest.
- Otázka: „Jak si můžete ulehčit přípravu jídla?“ může inspirovat klienta k novým způsobům dosažení cíle.

3. Sebereflexe:

- Otázky „jak“ pomáhají klientovi zhodnotit dosavadní postupy a hledat způsoby zlepšení.
- Například: „Jaké změny ve stravovacích návicích považujete za nejobtížnější?“

4. Podpora samostatnosti:

- „Jak“ podporuje klienta v hledání vlastních řešení a rozvoji kritického myšlení.

- Otázka: „Jak můžete lépe zvládat chutě na sladké?“ povzbuzuje klienta k vlastnímu rozhodování.

c) Příklady efektivních otázek „jak“:

- Jak plánujete začlenit více zeleniny do své stravy?
- Jak si připravujete jídlo na celý týden?
- Jak si můžete ulehčit vaření?
- Jaké možnosti by vám pomohly?
- Jak byste se zachoval, kdybyste neměl strach?

6.10.3. Kdy

a) Nevýhody:

1. Pocit tlaku:

- Otázky „kdy“ mohou vyvolávat tlak na výsledek a akční kroky, což může být stresující, zejména v počátečních fázích.

2. Přeskakování přípravných fází:

- „Kdy“ může klienta nutit přeskakovat důležité přípravné fáze a vyvolávat pocit naléhavosti.

3. Kontraproduktivní časový rámec:

- Příliš pevný časový rámec může vést k pocitu frustrace a demotivace, pokud klient není schopen harmonogram dodržet.

b) Výhody:

1. Stanovení časového rámce:

- Otázky „kdy“ pomáhají stanovit časový rámec, což zvyšuje motivaci a organizaci klienta.

2. Určování priorit:

- „Kdy“ pomáhá klientovi určit priority a organizovat plány.

3. Pocit závazku:

- Otázky „kdy“ zvyšují pocit zodpovědnosti a závazku klienta k dosažení cílů.

c) Příklady efektivních otázek „kdy“:

- Kdy jste se poprvé rozhodl pro změnu stravovacích návyků?
- Kdy jste si naposled připravil jídlo, které splňuje vaše výživové cíle?
- Kdy se cítíte nejvíce motivovaný?
- Kdy cítíte největší tendenci dát si nezdravé potraviny?
- Kdy plánujete začít s kroky, které jsme si dnes stanovili?

6.10.4. Kde, kam

a) Nevýhody:

1. Přílišné detaily

- Otázky jako "Kde jste přesně stál, když jste snědl tu čokoládu?" mohou odvádět pozornost od hlavního tématu. Tyto otázky jsou často nerelevantní a zbytečně specifické.

2. Nepříjemné pocity

- Otázky jako "Kde máte schované nezdravé potraviny?" mohou vyvolat nepříjemné pocity, pokud se klient necítí pohodlně se sdílením takových detailů. Tyto otázky mohou být vnímány jako příliš osobní.

3. Odvádění pozornosti

- Otázky nesouvisející s hlavním cílem koučinku, například "Kde jste byl na dovolené?", mohou odvádět pozornost a nejsou relevantní pro výživové poradenství.

b) Výhody:

1. Získání kontextu

- Otázky jako "Kde obvykle nakupujete potraviny?" pomáhají koučům lépe pochopit prostředí klienta. To může ovlivnit kvalitu výživy a dostupnost potravin.

2. Identifikace problémových oblastí

- Otázky typu "Kde máte největší problém s dodržováním zdravého stravování?" odhalují klíčová místa, kde klient čelí výzvám (restaurace, dovolená, oslavy).

3. Podpora praktických řešení

- Otázky jako "Kde můžete nakupovat kvalitní suroviny?" pomáhají klientovi najít praktické alternativy a řešení v jeho každodenním životě.

c) Příklady efektivních otázek „kde, kam“:

- Kde obvykle chodíte nakupovat suroviny?

- Kam obvykle chodíte pro obědy?

- Kde jíte své hlavní jídlo dne?

- Kde máte největší problém s dodržováním zdravé stravy?

- Kde si hledáte inspiraci pro recepty?

Závěr

Otázky, ať už začínají jakkoliv, jsou klíčové pro zjištění relevantních informací a vedení efektivní komunikace s klientem. Správně položené otázky vzbuzují důvěru a umožňují dospět k výsledkům rychleji. Příprava na schůzku, včetně přemýšlení nad otázkami, které budeme klientovi klást, je zásadní pro úspěch koučinku.

6.11. Náročná jednání

a) Pochopení náročného klienta

Každý klient má svůj způsob komunikace, a když najdeme společnou řeč, původně obtížná komunikace může být pouze náročnější a ve výsledku se může stát běžnou konverzací. Je důležité rozpoznat, čím nám klient nesedí (názorem, emočním rozpoložením), a umět se vypořádat se situací, kdy stojíme proti sobě v opozici. Existuje přes 4600 unikátních rysů a způsobů chování, což znamená, že opravdu ne vždy si budeme sedět úplně se všemi.

b) Role kouče

Kouč má výhodu širšího úhlu pohledu na způsoby chování. Koučování nám umožňuje porozumět tomu, že každý člověk se chová určitým způsobem proto, že mu to pomáhá přežít a slouží mu to pozitivně. Pro kouče je klíčové pozorovat, zda je chování klienta užitečné a zda mu pomáhá dosahovat jeho cílů. Náročný klient může být výzvou, která formuje naši esenci a ukazuje náš pravý charakter, případně slabá místa.

c) Emoční stabilita a asertivita

Jednání s náročným klientem nás může přivést k maximálnímu využití naší kreativity, otevřenosti, odhodlání a nadhledu. Budeme trénovat asertivitu a emoční stabilitu, což nám umožní udržet si profesionální odstup od emocí klienta. Tento typ klienta může vytáhnout na povrch naše nevyřešené emoční záležitosti a poskytnout nám feedback, který nám pomůže pracovat na sobě samých.

d) Vztah s klientem

Máme vztah s každým klientem, ať už je komunikace příjemná nebo nikoliv. Každý klient si zaslouží respekt, slušné chování, starostlivost, péči a naslouchání. Důvěra je základem úspěšného koučování, a proto bychom měli důvěřovat všem klientům stejně. Každý klient je schopen zvládnout svou cestu a zaslouží si podporu a motivaci.

e) Rovnováha v komunikaci

Při jednání s náročným klientem je důležité zaměřit se na rovnováhu. Pokud klient cítí vnitřní nespokojenost, projevuje se to navenek. Koučování může nastolit rovnováhu tím, že odhalí citlivé body klienta a pomůže mu najít cestu ke změně.

f) Přizpůsobení stylu komunikace

Každý klient komunikuje podle svého hodnotového systému, který se formoval na základě životních zkušeností. V komunikaci s náročným klientem je důležité přizpůsobit styl dialogu a ukázat klientovi lepší způsob vyjadřování jeho potřeb. Tím se může zlepšit i jeho komunikace s okolím a vztahy.

g) Výhody komunikace s náročným klientem

I náročný klient může mít pro kouče benefity. Vytahuje z nás to nejlepší a ukazuje naše emoční trigger pointy, což nám umožňuje rozvíjet emoční inteligenci.

6.11.1. Schéma pro jednání s náročným klientem

Toto schéma nám pomáhá držet se orientace na cíl stanovený s klientem a nenechat se ztratit v záplavě stížností nebo kritizování.

1. Co potřebujete?

Každý má svou touhu a potřebu. Klient si může stěžovat nebo kritizovat, protože neví, jak naplnit své potřeby. Pomozte mu zformulovat, co doopravdy chce, a poskytněte porozumění a pochopení.

2. Co děláte proto, abyste toho dosáhl?

Identifikujte kroky, které klient podnikl k naplnění svých potřeb. Oceňte jeho snahu, i když se něco nepovedlo. Zde je důležité sebehodnocení klienta.

3. Funguje to, co děláte?

Tento bod je zlomový. Klient si musí uvědomit, zda jeho kroky fungují, nebo ne. Pokud ne, hledáme nové možnosti.

4. Co jiného by se dalo dělat?

Pokud klient uzná, že jeho dosavadní kroky nefungují, hledáme nové možnosti. Tyto možnosti musí být ve shodě s jeho hodnotami.

5. Jste připravený vytvořit plán?

Pokud klient ví, co funguje, nebo má nové možnosti, vytvoříme konkrétní plán cesty. Ujistíme se, že jeho volba je v souladu s jeho hodnotami a vede k cíli.

a) Příklad koučovacího rozhovoru se studentkou:

1. Kouč: Vypadáte vyčerpaně. Máte nějakou představu o vaší situaci? Jak si přejete, aby vypadala?
2. Klientka: Chtěla bych se cítit zdravá a mít čas na přátele.
3. Kouč: Co je pro vás prioritou?
4. Klientka: Chci zhubnout a být zdravá.
5. Kouč: Už jste něco začala dělat pro zlepšení?
6. Klientka: Omezila jsem fast food a začala snídat.
7. Kouč: Myslíte, že je to dost?
8. Klientka: Ne, moc to nepomohlo.
9. Kouč: Co jiného by se dalo dělat?
10. Klientka: Pít více vody, běhat, brát méně směn na brigádě.
11. Kouč: Která z těchto možností je pro vás nejpříjemnější?
12. Klientka: Přestanu brát směny navíc a začnu běhat.

Závěr

Každý klient se může naučit vhodně komunikovat. I náročný klient má nenaplněné potřeby, které ho motivují. Je důležité respektovat jeho hodnotový systém a jednat s profesionalitou. Pro kouče je klíčové zachovat sebekontrolu a nadhled a používat laskavou komunikaci.

Jednání s náročným klientem může být výzvou, která nám poskytne cenné zkušenosti a pomůže nám růst. Každý klient si zaslouží respekt, důvěru a podporu, ať už je komunikace s ním jakkoli náročná.

7. Asertivita

Asertivita je komunikační a sociální dovednost, která umožňuje prosazovat vlastní názory a potřeby bez agresivity, je klíčem ke zdravým vztahům a sebepoznání.

a) Zahrnuje:

1. Říkat ne bez pocitu viny.
2. Otevřeně vyjadřovat potřeby a přání.
3. Respektovat názory druhých, i když nesouhlasíme.
4. Udržovat klid a sebevědomí v konfliktních situacích.
5. Stanovit si hranice a držet se jich.

b) Proč je asertivita důležitá?

Asertivita pomáhá udržovat rovnováhu mezi vlastními a cizími potřebami. Umožňuje nám být šťastnějšími a efektivnějšími v životě i práci.

Říkat ne je důležité pro zachování rovnováhy a sebehodnoty. Přemýšlejte o situacích, kdy jste řekli ne, a jak na to reagovalo vaše okolí. Naučme se říkat ne, abychom mohli říkat ano sami sobě a svým prioritám.

7.1. Asertivita z pohledu kvality koučování a plnění vlastních potřeb kouče

Jako koučové musíme dávat sami sebe na první místo. Spokojený kouč poskytuje kvalitnější služby, protože naplněné vlastní potřeby nám umožňují lépe se soustředit na potřeby klientů. Prevence vyhoření je klíčová, protože pokud se nebudeme starat o své fyzické i psychické zdraví, nemůžeme dlouhodobě poskytovat kvalitní koučovací služby.

a) Prevence vyhoření

Prevence vyhoření začíná plněním vlastních potřeb: dostatek spánku, vyvážená strava, pravidelný pohyb a čas na odpočinek. Fyzická a psychická rovnováha jsou neoddělitelné a je důležité si najít čas na relaxaci a regeneraci.

b) Význam osobního příkladu

Koučové jsou pro své klienty vzorem. Pokud nebudeme dbát na své vlastní potřeby, nemůžeme očekávat, že to naučíme své klienty. Jako koučové bychom měli ukazovat, jak je důležité starat se o své zdraví, zvládat pracovní zátěž i odpočívat.

c) Empatie a porozumění

Péče o vlastní potřeby nám umožňuje lépe chápat potřeby druhých. Empatie je klíčová pro efektivní koučování a starání se o sebe ji rozvíjí. Když si uvědomujeme důležitost vlastního zdraví, lépe nasloucháme a poskytujeme cílenější rady.

d) Work-life balance

Rovnováha mezi pracovním a osobním životem je nezbytná pro dlouhodobou spokojenost koučů. Nesmíme se nechat pohltit prací a musíme si najít čas na vlastní potřeby, aby naše služby zůstaly kvalitní.

e) Profesionální růst

Nepřetržitý profesní rozvoj je důležitý pro udržení odbornosti. Účast na seminářích, workshopech a čtení odborné literatury nám pomáhá zlepšovat naše dovednosti a poskytovat klientům ty nejlepší služby.

7.2. Jak říkat "ne" bez pocitu viny

Říkat "ne" bez pocitu viny je důležité pro udržení rovnováhy mezi pracovním a osobním životem. Naučte se chápat význam hranic a používat asertivní komunikaci. Vyjadřujte své potřeby jasně a respektujte potřeby druhých. Sebevědomí je klíčové při říkání "ne" a měli byste si pravidelně připomínat, že máte právo rozhodovat o svém čase a energii.

a) Hlavní body:

1. Zachování osobních hranic:

- Komunikace formou „já“ (já cítím, já potřebuji, já chci, já nechci) je klíčová pro efektivní asertivní komunikaci.
- Stručnost a jasnost jsou nezbytné, aby druhá strana pochopila naše požadavky bez ztráty v množství slov.

2. Upřímnost a stručnost:

- Stačí jednoduché a přímé vysvětlení. Nemusíme se dlouze ospravedlňovat.
- Důležité je zachovat upřímnost a pevně si stát za svým rozhodnutím, i když druhá strana vyvíjí tlak.

3. Opakování a posilování rozhodnutí:

- Pokud někdo tlačí na uspokojení své potřeby bez ohledu na nás, opakujte své „ne“ klidně a srozumitelně, včetně důvodu.
- Nabídněte alternativu, pokud je to možné, aby se druhá strana necítila odmítnutá.

4. Přijetí skutečnosti:

- Přijměte, že nemůžeme vyhovět vždy a všem. Tím snížíme pocit viny a stres.

b) Příklady asertivního odmítnutí:

1. „Oceňuji, že se na mě obrácíte, ale momentálně mám plný diář a nemohu přijmout dalšího klienta.“
2. „Ráda bych vám pomohla, ale teď nemám kapacitu na další klienty. Můžeme to naplánovat na pozdější dobu?“
3. „Vím, že je to pro vás důležité, ale i já potřebuji dodržet svůj rozvrh.“
4. „Nemohu se teď zúčastnit, protože jsem si již naplánovala jiné povinnosti.“
5. „Chápu vaši naléhavost, ale potřebuji se soustředit na aktuální klienty, abych jim poskytla co nejlepší služby. Mohl byste třeba za 14 dnů?“

Odmítnutí nezdravých pokrmů

6. Děkuji za nabídku, ale dnes si dám raději něco zdravějšího.

7. Vypadá to lákavě, ale držím se teď opravdu svého jídelníčku. Děkuji, opravdu si nedám.
8. Oceňuji, kolik práce jste si dala s vytvořením toho zákusku. Vypadá opravdu perfektně, ale já teď omezují sladkosti. Proto si nedám. Děkuji vám.
8. Děkuji, toto si teď nedám. Já se chci držet svého výživového plánu, pracuji na tom už celý měsíc a nechce se mi to teď pokazit.
9. Děkuji, jím teď víc zeleniny, z mého jídelníčku se mi vyřadila tučná masa a nejím je. Nedám si, nechám ostatním.
10. Děkuji, dám si něco lehčího, po tomto jídle by mi bylo těžko.
11. Moc si vážím, že mi nabízíte, ale soustředím se teď na zdravější stravu, mám svůj jídelní plán a toho se držím.
12. Voní to skvěle a věřím, že to chutná báječně. Já si ale nedám, snažím se jíst zdravěji.
13. Děkuji, nedám si, soustředím se na hubnutí a toto by mi pokazilo dosavadní snahu. Snažím se už dva, tři měsíce a opravdu si to nechci pokazit.

c) Praktické použití v komunikaci

Stačí se opravdu naučit jednu, dvě odpovědi, osvojit si je, třeba si je modifikovat na základě aktuální situace. Používat je pro přesnější komunikaci a stanovení svých hranic. Můžeme tu větu zopakovat ještě jednou a takto druhou stranu utvrdit, že si opravdu trváme na svém.

7.3. Asertivita vs. agresivita:

- **Asertivita** zahrnuje respekt a sebevědomé vyjadřování názorů. Je plánovaná, ohleduplná a bere v potaz pocity druhé strany.
- **Agresivita** zahrnuje útok, hrubost a výhrůžky. Agresivní člověk se chová bezohledně a snaží se kontrolovat ostatní.

a) Příklady asertivní vs. agresivní komunikace

1. Asertivní komunikace:

- Pokud dostaneme nějaký pokrm, který se nám nelíbí nebo co jsme si neobjednali, problém vysvětlíme obsluze.
- Zavoláme si číšníka a slušně požádáme o nápravu.
- Udržujeme klidný tón hlasu, oční kontakt, jasně specifikujeme, co je špatně a co bychom chtěli změnit.

2. Agresivní komunikace:

- Okamžitě kritizujeme a nařizujeme opravu.
- Tón hlasu je direktivní, obviňujeme personál.
- Minimální a proměnlivý oční kontakt, nejistota a pochybnosti.

b) Vliv výchovy a sociálního prostředí:

- Asertivita je naučenou dovedností. Děti, které vyrůstají v podporujícím prostředí, mají tendenci rozvíjet asertivní chování. Výchova a životní zkušenosti tedy hrají klíčovou roli v tom, jak se člověk naučí komunikovat a vyjadřovat své potřeby.

7.4. Techniky pro rozvoj asertivity:

a) Jasná a přímá komunikace:

- Vyjadřujte své potřeby a názory otevřeně a přímo.
- Používejte „já“ výroky (např. „Já se necítím dobře, proto na ten večírek nepůjdu.“).

b) Aktivní poslech:

- Věnujte pozornost tomu, co říkají ostatní, a projevujte zájem o jejich pocity a názory.

c) Trénink a feedback:

- Praktikujte asertivní komunikaci a získávejte zpětnou vazbu od ostatních.

d) Stanovení hranic:

- Naučte se efektivně říkat „ne“ a chránit své potřeby a hodnoty.

7.5. Proč máme problém říct ne?

1. Snaha zavděčit se okolí:

- Pomocí druhým očekáváme, že nám někdo pomůže na oplátku.
- Strach z toho, že nás nebudou mít rádi, pokud řekneme ne.

2. Obava z urážky:

- Asertivní ne není urážka, je to upřímná a přímá komunikace našich potřeb.
- Pokud se druhý urazí, je to jeho problém a jeho reakce na naše rozhodnutí.

3. Zklamání druhé strany:

- Nechceme zklamat blízké osoby, které jsou na nás zvyklé spoléhat.

4. Strach vypadat sobecky:

- Rozdělování se i ve chvíli, kdy to jde proti nám.
- Přehnaná snaha pomáhat a obětovat se pro druhé.

5. Nízké sebevědomí:

- Strach říct ne kvůli nízké sebeúctě, sebehodnotě.

6. Strach, že nám něco uteče:

- Chceme být všude a mít přehled, bojíme se, že přijdeme o něco důležitého.

7. Obava z konfliktů:

- Raději se konfliktu vyhneme, než bychom řešili problém přímo.

8. Citové vydírání a manipulace:

- Někteří lidé jsou zvyklí poslouchat a vyhovovat manipulaci.

7.5.1. Proč se nesnažit získat čas (místo okamžitého asertivního odmítnutí)?

1. Není to upřímné:

- Odsouvání rozhodnutí není upřímné a druhá strana to stejně pozná.

2. Falešná naděje:

- Necháváme druhého v naději, že pomůžeme, ale nakonec to nemusí dopadnout.

3. Snižuje produktivitu:

- Výmluvy a odsouvání berou energii a snižují naši produktivitu.

7.5.2. Proč se neomlouvat za všechna rozhodnutí?

1. Respekt k sobě samému:

- Neustálé omluvy za naše rozhodnutí a pocity ukazují nedostatek respektu k sobě.

2. Snížení hodnoty omluvy:

- Časté omlouvání ztrácí váhu a význam.

3. Pocit viny:

- Omlouvání se za náš životní styl vede k pocitu viny.

8. Seberozvoj kouče

Seberozvoj kouče je klíčovým tématem, protože kontakt s lidmi nám otevírá vlastní témata ke zpracování. Díky seberozvoji nacházíme postupy, které fungují a můžeme je předat klientům.

8.1. Důležitost seberozvoje

1. Reakce na změny:

- Kouč, který se rozvíjí, umí lépe reagovat na změny a stres.
- Získává nadhled nad různými situacemi.

2. Osobní růst:

- Negativní zkušenosti nás mohou posunout vpřed.

3. Transformace myšlení:

- Chyby nejsou chybami, ale zkušenostmi.

8.2. Sebekoučovací otázky:

1. Co chci v blízké době?
2. Kde chci být za rok, za dva, za pět?
3. Jaké mám dlouhodobé cíle?
4. Co chci umět a předávat klientům?
5. Jaké dovednosti potřebuji?

Vytvořte si seznam úspěchů a připomeňte si je v obtížných chvílích. Pravidelně revidujte, co už vám neslouží, a měňte to

a) Co je pro mě důležité?

Jedna z klíčových otázek, kterou si každý kouč musí položit, je "Co je pro mě důležité?" Tato otázka je základem sebereflexe a seberozvoje. Kouč by měl znát své priority a hodnoty, aby mohl efektivně komunikovat a stanovovat si hranice. Identifikace toho, co je pro nás důležité, ovlivňuje naše rozhodování a směřování aktivit. Klienti hledají kouče, kteří jsou si vědomí svých hodnot a žijí v souladu s nimi, což posiluje vzájemnou důvěru a autoritu kouče.

b) Co vlastně chci?

Další důležitou otázkou je "Co vlastně chci?" Tato otázka zahrnuje osobní i profesionální cíle a je úzce spjata s první otázkou. Kouč by měl vědět, co chce od života, od sebe, od svých klientů a jaké pocity a emoce chce zažívat. Jasně stanovení cílů pomáhá při tvorbě strategie a plánu k jejich dosažení. Kouč, který ví, co chce, může lépe vést své klienty a být pro ně inspirací.

c) Jsem dobrý kouč?

Sebehodnocení je klíčovou součástí profesionálního růstu. Kouč by měl být otevřený zpětné vazbě od klientů i kolegů a kriticky hodnotit své schopnosti. Zpětná vazba je cenným nástrojem pro zlepšení koučovacích dovedností a programů. Klíčem je otevřenost, ochota učit

se a pravidelné sebehodnocení, které pomáhá zjistit, zda je kouč efektivní a jaké oblasti by mohl zlepšit.

d) Jsou má rozhodnutí správná?

Kvalita rozhodnutí je klíčová pro úspěch kouče i jeho klientů. Sebereflexe a kritické myšlení jsou základními nástroji pro hodnocení rozhodnutí. Kouč by měl analyzovat své rozhodovací procesy, přemýšlet o alternativách a zvažovat, zda jsou jeho rozhodnutí v souladu s jeho hodnotami a cíli. Pravidelná reflexe a analýza rozhodnutí pomáhá zlepšit schopnost činit správná a efektivní rozhodnutí.

e) Co když lituji svého rozhodnutí?

Lítost nad některým rozhodnutím je běžnou součástí profesionálního i osobního života. Je důležité tuto lítost přijmout, analyzovat a považovat ji za příležitost k růstu nebo budoucí změně. Sebereflexe a zpětná vazba jsou klíčové pro překonání pocitů lítosti. Pokud kouč uzná, že udělal chybu, je na místě upřímná omluva a snaha o nápravu. To posiluje důvěru a profesionalitu v očích klientů.

f) Jak konstruktivně ovládat pochybnosti?

Pochybnosti a obavy jsou běžné, zejména na začátku koučovací praxe. Je důležité přijmout tyto emoce a analyzovat jejich původ. Sebereflexe a sebepoznání jsou klíčové pro práci s pochybnostmi. Kouč by měl pravidelně reflektovat své myšlenky a pocity, vést si deník a hledat inspiraci u pozitivních příkladů. Stanovení reálných a dosažitelných cílů pomáhá překonat pochybnosti a zvyšuje sebedůvěru.

8.3. Vzdělávání a péče o sebe

a) Sebereflexe a zdravý životní styl

Nezapomínejme na seberozvoj a zdravý životní styl, včetně pravidelného cvičení, zdravé stravy a dostatečného spánku. Tyto aspekty mají významný vliv na fyzickou pohodu a tím i na schopnost zvládat problémy, pochybnosti a obavy. Fyzická aktivita uvolňuje endorfiny, zlepšuje náladu a snižuje stres. Kvalitní jídlo ovlivňuje střevní mikrobiom, což má přímý vliv na zdraví a psychickou pohodu.

b) Kouč jako příklad

Kouč by měl jít příkladem, protože je na očích ostatním. Tento tlak může být stresující, ale pokud budeme udržovat vysokou laťku a pečovat o své zdraví, zvládneme tento tlak přirozeně a udržíme rovnováhu mezi pracovním a osobním životem.

c) Práce s pochybnostmi

Pochybnosti jsou součástí života každého kouče. Je důležité se s nimi naučit pracovat konstruktivně, aby nás nebrzdily, ale naopak posilovaly. Přijetí a uvědomění si emocí spojených s pochybnostmi, sebereflexe, hledání inspirace, stanovování realistických cílů, afirmace, vizualizace, feedbacky, deníkování a meditace jsou možnosti k udržení pochybností ve zdravé míře. Pomoci může i mentor, kolega nebo podpůrná skupina.

d) Osobní růst a seberozvoj

Osobní růst a seberozvoj je nepřetržitý proces. I ti nejúspěšnější koučové se neustále učí a hledají nové příležitosti k růstu. Vždy se najde něco, co může obohatit jejich život a praxi. Koučování je celoživotní cesta.

8.3.1. Získávání jistoty v koučování

Získávání jistoty je proces, který vyžaduje čas, praxi a neustálé vzdělávání. Nabízím šest tipů, jak s pocitem nejistoty pracovat:

- 1. Vzdělávání a trénink dovedností** – absolvujte různé koučovací kurzy, rekvalifikace, certifikace a účastněte se výzev a workshopů.
- 2. Praxe** – koučujte co nejvíce klientů, abyste získali zkušenosti a rozhled.
- 3. Sebereflexe** – pravidelně reflektujte své koučovací sezení a zamýšlejte se nad svým výkonem.
- 4. Zpětná vazba** – aktivně vyhledávejte zpětnou vazbu od klientů a kolegů.
- 5. Podpora** – vyhledávejte podporu kolegů, mentorů a podpůrných skupin.
- 6. Osobní rozvoj** – pracujte na svém osobním rozvoji pomocí meditace, relaxace a dalších technik.

8.3.2. Osobní rozvoj jako základ koučování

Osobní rozvoj a sebevědomí jsou úzce spojeny s jistotou v koučování. Praktikujte techniky, které vás posilují a pomáhají vám růst. Získání jistoty je nepřetržitý proces, který vyžaduje odhodlání, trpělivost a ochotu se neustále zlepšovat. Pro sebe i své klienty můžete použít níže uvedenou metodu:

Metoda Science:

S = Stepleaders (Žebřík) – Dělejte malé dílčí kroky

- **Dílčí kroky:** Plánování malých, dosažitelných kroků je klíčové pro úspěch. Stanovení jasných cílů a rozložení cesty na menší úkoly usnadňuje sledování pokroku a zvyšuje motivaci.
- **Plánování:** Detailní plánování odhaluje potenciální překážky a poskytuje jasný směr. Dílčí kroky slouží jako milníky, které si zaslouží oslavu nebo odměnu.

C = Community (Komunita) – Buďte ve společnosti podporujících lidí

- **Důležitost komunity:** Obklopování se lidmi, kteří nás motivují a inspirují, je nezbytné pro osobní a profesionální růst.
- **Networking:** Účast na networkingových akcích a budování profesionálních kontaktů umožňuje sdílení zkušeností a nápadů, což přispívá k osobnímu rozvoji a obohacení kariéry.
- **Inspirace a podpora:** Komunita s podobnými cíli a hodnotami vytváří silnou motivaci k překonávání překážek a dosažení cílů.

I = Important (Důležité) – Určete si priority

- **Stanovení priorit:** Rozlišování mezi důležitými a méně důležitými úkoly je klíčové pro efektivní využití času a energie.
- **Prevence stresu:** Správné určení priorit pomáhá předcházet přetížení a vyhoření, a tím udržuje zdravou rovnováhu mezi pracovním a osobním životem.
- **Pocit kontroly:** Určení si priorit přináší pocit kontroly nad životem a větší osobní svobodu.

E = Easy (Jednoduché) – Zjednodušte si práci

- **Zjednodušení činností:** Mozek preferuje jednoduchost, která snižuje výdej energie. Zjednodušení činností zvyšuje efektivitu a snižuje stres.
- **Výběr technik:** V oblasti seberozvoje je důležité vybrat si jednu techniku nebo metodu, která vám vyhovuje, a začlenit ji do svého života.
- **Organizace práce:** Zjednodušením práce, například pomocí lepší organizace nebo zkrácením pracovního týdne, se zvyšuje produktivita a zlepšuje duševní i fyzické zdraví.

N = Neurohacks – Optimalizujte svou mysl

- **Neurohacking:** Tato technika zahrnuje optimalizaci mozku pomocí mentálních cvičení, meditace, dechových technik a doplňků stravy. Je to cesta ke zlepšení kognitivních funkcí a koncentrace.
- **Předcházení prokrastinace:** Neurohacking pomáhá překonat prokrastinaci a optimalizovat výkon. Techniky jako meditace nebo vizualizace mohou pomoci kontrolovat chutě a předcházet emočnímu přejídání.
- **Vliv na stravování:** Integrace neurohackingu do výživového poradenství podporuje zdravé stravovací návyky a zlepšuje spánkový cyklus, což pozitivně ovlivňuje celkové zdraví a produktivitu.

C = Captivating (Odměňující) – Odměňte se za splněný úkol

- **Pozitivní posílení:** Odměňování za dokončené úkoly zvyšuje motivaci a produktivitu. Odměny mohou mít různé formy, od malých radostí po větší zážitky.
- **Sebereflexe:** Proces odměňování umožňuje zastavit se, zhodnotit dosažené úspěchy a případně přizpůsobit další kroky.
- **Prevence vyhoření:** Pravidelné odměňování a pauzy přispívají k prevenci vyhoření a udržení dlouhodobé spokojenosti.

E = Engrained (Zakotvení) – Vytvořte nové zvyky

- **Nová norma:** Po dosažení změny je důležité, aby se stala vaší novou normou a standardem. Takto se dostáváte na novou úroveň a můžete začít pracovat na dalších cílech.

9. Síla slova

Slova mají velkou moc. Přísloví praví, že rána způsobená slovem se nezahojí nikdy. Je důležité volit slova opatrně a uvědomit si, jaký vliv mohou mít na druhé. Slova mohou zranit, ale také potěšit a uvolnit.

V rámci koučování je důležité vnímat volbu slov klienta. Slova nám mohou napovědět o povahových rysech klienta, jeho emocích a vztahu k danému tématu. Upřímná komunikace je klíčová pro efektivní koučování.

Oblíbenou otázkou pro nesmělé klienty je: **"Jak byste se choval, kdyby vás nikdo nesoudil a věděl jste, že svým chováním nikomu neublížíte?"** Tato otázka pomáhá odhalit skutečné emoce a přání klienta, které mohou být skryté pod společenskou maskou.

9.1. Význam slov a jejich výběr

Slova, která používáme, nesou zprávu nejen svým významem, ale i tím, jak zní a jak je volíme. Z klientových slov můžeme zjistit mnoho o jeho myšlení, hodnotách a emoční inteligenci. Slova jsou mocná a jejich síla může být neuvěřitelná.

a) Důvěra mezi koučem a klientem

Když máme důvěru klienta, může se s námi podělit o své nejhlubší myšlenky a přání. Koučování je o vytvoření prostoru, kde se klient cítí bezpečně a otevřeně. Spolupráce s klientem nás může zavést na nečekaná místa.

b) Odpovědi a sebereflexe

Cvičení "Jak byste se choval, kdyby Vás nikdo nesoudil" odhalí upřímné odpovědi, které mohou překvapit i samotného klienta. Rozkrývá, co klient potlačuje a stydí se komunikovat. Jako koučové můžeme pracovat na tom, aby klient přijal své potřeby a naučil se je upřímně komunikovat.

c) Strach a sebehodnocení

Klienti často skrývají své sny a přání kvůli strachu z hodnocení. Když se zbavíme strachu, posilujeme sebevědomí a chuť do života. Naše sny mohou být často nereálné jen v našich představách. Komunikace těchto snů může změnit mnoho věcí.

d) Mozek a změny

Mozek je nastavený na šetření energie a často sabotuje naše plány. Musíme si uvědomit, že změny nejsou vždy zbytečné výdaje energie. Naše podvědomí ovlivňuje mnoho našich rozhodnutí.

e) Odvaha a nové možnosti

Inspirativní příběhy lidí, kteří překonali obtíže, ukazují, že odvaha a další kroky otvírají nové cesty. Strach z neznámého nás často drží zpátky, ale překonání tohoto strachu může vést k úspěchu.

f) Sebereflexe a vnitřní bariéry

Klienti se často bojí vlastního úspěchu nebo neúspěchu. Je důležité zkoumat, proč se bojí a co je nutí komunikovat nevhodně. Zlepšením komunikace svých potřeb mohou změnit své myšlení a životní situace.

g) Příklady slov a jejich vliv

- Jídlo: Pozitivní slova jako "jídlo" vs. negativní jako "žrádlo".
- Peníze: "Penízky" vs. "prachy".
- Partner: "Můj partner" vs. "moje stará, můj starý".
- Emoce: "Moc rád" vs. "strašně rád".

Slova mají různé emocionální zabarvení a jejich volba ovlivňuje naše vnímání světa. Pro kouče je to nástroj, jak zjistit emoční rozpoložení klienta.

h) Zaklínadla a myšlenkové pasti

Nevinné věty jako "kdo to sní, může si dát zákusek" mohou formovat naše chování na dlouhé roky. Dětské vzorce chování mohou ovlivnit dospělý život. Věty jako "ty jsi k ničemu" nebo "vrať se, až budeš normální" mohou způsobit hluboké vnitřní bloky.

i) Vliv prostředí a slovní zásoba

Naše slovní zásoba je ovlivněna prostředím, ve kterém žijeme. To, jak se vyjadřujeme, může odhalit naše emocionální nastavení a životní filozofii.

j) Pozitivní myšlení a přitažlivost

Pozitivně naladěný člověk přitahuje z velké části pozitivní zkušenosti a lidi. Naopak negativní myšlení vede z velké části k negativním výsledkům. Je důležité pěstovat pozitivní mysl a vnímání.

Závěr

Síla slova je obrovská. Naše slova ovlivňují nejen nás, ale i naše okolí. Přemýšlejme o tom, jaká slova používáme a jaký mají dopad.

10. Motivace

Motivace je klíčovým prvkem úspěchu ve výživovém poradenství. Poradce, který chce efektivně pracovat se svými klienty, musí rozumět tomu, jak motivace funguje, jak ji podporovat a budovat, aby nevyprchala a nebyla přehlížena. Motivace je vnitřní proces, který aktivuje a řídí naše chování zaměřené na cíl. V kontextu výživového poradenství znamená motivace touhu a odhodlání klienta provést změny ve stravování a životním stylu.

10.1. Jak motivaci podpořit

a) Porozumění potřebám a cílům klienta

Každý klient je jedinečný a má své vlastní důvody pro vyhledání výživového poradce. Pro pochopení těchto důvodů je důležité vést otevřený a empatický rozhovor. Zjistěte klientovy cíle, co ho motivuje k jejich dosažení, a vytvořte personalizovaný plán odpovídající jeho potřebám.

b) Nastavení dosažitelných a reálných cílů

Je důležité nastavovat klientovi dosažitelné cíle, aby se necítil přetížený a demotivovaný. Dlouhodobé cíle by měly být rozděleny na menší, časově ohraničené úseky, které umožní klientovi zažívat úspěch a radost z pokroku.

c) Poskytování pozitivní zpětné vazby

Zpětná vazba by měla být konstruktivní a pozitivní. Vyhněte se přílišné kritice, která by mohla podkopat sebedůvěru a odhodlání klienta. Oceňujte úsilí a pokroky klienta, i když jsou malé.

d) Vytvoření podpůrného prostředí

Podpůrné prostředí zahrnuje jak emocionální podporu, tak praktickou podporu. Pomozte klientovi upravit domácnost tak, aby vyhovovala jeho novému životnímu stylu, a poskytněte mu potřebné nástroje a metodiky.

10.2. Jak motivaci neohrozit

a) Přílišná kontrola

Nevytvářejte na klienta přílišný tlak a autoritativní kontrolu. Klient by měl mít pocit, že má kontrolu nad svým procesem a že jeho názory a preference jsou respektovány.

b) Zlehčování problémů

Nepodceňujte problémy, se kterými se klient svěří. Aktivně ho poslouchajte a nabídněte konstruktivní řešení. Ukažte klientovi, že každý problém má řešení a že vždy existuje alternativa.

10.3. Rozlišení motivace

Motivaci můžeme rozlišit na vnitřní a vnější, krátkodobou a dlouhodobou.

a) Vnitřní motivace

Vychází z vnitřního uspokojení a je dlouhodobě udržitelnější. Klient by měl najít osobní smysl v těch změnách, které dělá, a cítit, že jeho úsilí je v souladu s jeho hodnotami a prioritami.

b) Vnější motivace

Bývá často prvním krokem ke změně, ale měla by být postupně přeměněna do vnitřní motivace. Klient by měl vnímat pozitivní výsledky své práce a uvědomit si, jak mu nové návyky přinášejí prospěch.

c) Krátkodobá motivace

Je dočasná a často vázaná k určité události nebo cíli. Tato motivace může být velmi intenzivní, ale často rychle opadne.

d) Dlouhodobá motivace

Podporuje trvalé změny v chování a návycích. Vychází z vnitřních podnětů a je stabilnější a méně náchylná k výkyvům než krátkodobá motivace.

10.4. Důležité prvky motivace

Motivaci můžeme využít kombinováním krátkodobé, dlouhodobé, vnitřní a vnější motivace. Díky této kombinaci se změny nastartují komplexně, brzy uvidíme první dosažené výsledky, což posiluje klientovu sebedůvěru.

a) Stanovení cílů

Důležitým krokem je stanovit si cíle – nejprve krátkodobé, například zhubnout jeden kilogram za týden, a následně dlouhodobé, jako je dosažení a udržení zdravé hmotnosti po zbytek života. Podpora od přátel, rodiny nebo kouče je nezbytná. Pokud podpora chybí, stáváme se oporou my, koučové.

b) Podpora

Podpora může přicházet z různých směrů – od rodiny, přátel, trenérů, lékařů, dietologů nebo nutričních specialistů. Sociální podpora pomáhá udržovat motivaci na obou úrovních – vnitřní, vnější, krátkodobé i dlouhodobé.

c) Odměny a rituály

Důležitá je odměna za dosažený cíl, což funguje jako rituál, který stále hraje důležitou roli v našich životech. Rituál nemusí být ezoterický, stačí jednoduchý akt, který má pro nás význam. Rituály mohou být každodenní, jako sklenice vody po probuzení, nebo týdenní, jako nedělní palačinky. Rituály nám pomáhají udržet motivaci jako celek a rovnováhu mezi krátkodobou a dlouhodobou motivací.

d) Rovnováha

Klíčem k úspěchu je rovnováha mezi krátkodobou a dlouhodobou motivací, vnitřní a vnější motivací. Výživoví poradci by měli věnovat pozornost tomu, co motivuje jejich klienty a jak

tuto motivaci podporovat a rozvíjet. Silná vnitřní motivace je základním kamenem k dosažení trvalých změn, které ovlivňují náš životní styl a stravování.

10.5. Metoda GROW

Jednou z nejefektivnějších a nejuznávanějších metod v oblasti osobního a profesního rozvoje je metoda GROW. Tento přístup je jednoduchý, přehledný a snadno dodržitelný, což vede k dosažení výživových a zdravotních cílů s vyšší efektivitou a jistotou. Tato metoda pomáhá jasně definovat cíle, porozumět současné situaci, prozkoumat možné kroky a závazně se rozhodnout pro akci.

Cíl (Goal)

První fáze se zaměřuje na stanovení jasného, specifického a dosažitelného cíle. Pro výživové poradce je klíčové pomoci klientům formulovat cíle, které jsou měřitelné a realistické. Příklad cíle může být snížení tělesné hmotnosti o určité množství kilogramů nebo zlepšení stravovacích návyků.

Realita (Reality)

Druhá fáze analyzuje aktuální stav a situaci klienta. Kouč pomáhá klientovi uvědomit si, kde se momentálně nachází, jaké jsou jeho výchozí pozice a jaké překážky mu stojí v cestě. Upřímná a detailní analýza současných návyků je nezbytná.

Možnosti (Options)

Třetí fáze se zaměřuje na generování a prozkoumání různých cest, strategií a řešení. Výživový poradce vede klienta k prozkoumání různých přístupů, které jsou v souladu s jeho potřebami a preferencemi. Klient by měl mít několik možností na výběr, aby mohl sám najít reálná a proveditelná řešení.

Vůle (Will)

Poslední fáze se zaměřuje na závazek a akční plán. Kouč pomáhá klientovi rozhodnout se pro konkrétní kroky a zavázat se k jejich realizaci. Pocit závazku je motivátorem a podporuje udržování motivace. Důležité je sledování pokroku a pravidelné reporty.

10.6. Metoda SWOT

Metoda SWOT je efektivní nástroj využívaný kouči k analýze a plánování v různých oblastech, včetně výživového poradenství. Akronym SWOT vychází z anglických slov:

S - strengths (silné stránky)

W - weaknesses (slabé stránky)

O - opportunities (příležitosti)

T - threats (hrozby)

Silné stránky (Strengths)

V první fázi se zaměřujeme na identifikaci silných stránek klienta. Klient by si měl uvědomit své přednosti, které může využít k dosažení svých cílů. Otázky pro klienta mohou zahrnovat:

- Jaké jsou vaše silné stránky ve vztahu k vašemu zdraví a stravovacím návykům?
- Jaké máte zkušenosti a dovednosti, které vám mohou pomoci dosáhnout vašich cílů?
- Jaké zdroje a podporu máte k dispozici?

Slabé stránky (Weaknesses)

V této fázi se zaměřujeme na analýzu slabých stránek, které mohou bránit klientovi v dosažení jeho cílů. Otázky pro klienta mohou zahrnovat:

- Jaké jsou vaše slabé stránky, které vám brání v dosažení vašich výživových cílů?
- Jaké návyky nebo chování byste chtěli změnit?
- Jaké faktory vás často vedou k neúspěchu?

Příležitosti (Opportunities)

Ve třetí fázi se zaměřujeme na příležitosti, které může klient využít k dosažení svých cílů. Otázky pro klienta mohou zahrnovat:

- Jakou novou příležitost máte k dispozici pro dosažení vašich cílů?
- Jaké zdroje nebo nástroje byste mohli využít, které jste doposud nepoužívali?
- Jaké změny v okolním prostředí by mohly přispět k vašemu úspěchu?

Hrozby (Threats)

Poslední fáze se zaměřuje na identifikaci hrozeb, které mohou bránit v dosažení cílů. Otázky pro klienta mohou zahrnovat:

- Jaké překážky očekáváte během vaší cesty?
- Jaké faktory z vnějšího prostředí mohou negativně ovlivnit vaše úsilí?
- Jak se můžete připravit na překonání těchto překážek?

11. Budoucnost koučinku ve výživovém poradenství

Koučování ve výživovém poradenství má před sebou slibnou budoucnost díky rostoucímu zájmu o zdravý životní styl a prevenci. Tato kombinace služeb se stává stále důležitější a vyhledávanější.

a) Personalizace

Personalizace bude hrát zásadní roli díky pokrokům v oblasti genetiky a biotechnologií. Individuální a přesná doporučení zvýší efektivitu výživového poradenství.

b) Technologie

Technologie budou klíčovou součástí budoucnosti výživového koučování. Mobilní aplikace, nositelné měřicí zařízení a online platformy umožní sledování pokroku klientů v reálném čase.

c) Celostní přístup

Celostní přístup, který bere v potaz fyzickou aktivitu, spánek, stres a duševní pohodu, bude stále více uznáván. Výživoví poradci budou muset mít široký přehled o různých faktorech ovlivňujících zdraví klientů.

d) Vzdělávání a prevence

Edukace a prevence budou hrát stále důležitější roli. Výživoví koučové budou klíčovými hráči v edukaci klientů a podpoře zdravého životního stylu.

e) Etické a udržitelné praktiky

Rostoucí počet klientů hledá rady, které nejen zlepší jejich zdraví, ale také respektují životní prostředí a etické hodnoty.

f) Podpora a sdílení

Sdílení zkušeností a skupinové koučování budou mít stále větší význam. Komunity a podpůrné skupiny umožní klientům sdílet své úspěchy a výzvy.

g) Mentální zdraví

Mentální zdraví a výživa jsou úzce propojeny. Koučové budou muset mít znalosti o mentálním zdraví a dovednosti k rozpoznání jeho vlivu na stravovací návyky klientů.

Závěr

Budoucnost koučinku ve výživovém poradenství je plná možností a výzev. Personalizace, technologie, celostní přístup, prevence a vzdělávání, etické a udržitelné praktiky, podpora a sdílení a vliv mentálního zdraví jsou trendy, které budou tuto oblast formovat. Výživoví koučové mají příležitost hrát klíčovou roli v podpoře zdraví a well-beingu svých klientů.

Na vzniku studijních materiálů se jako konzultantka podílela:

Silva Kleschtová



Spolufinancováno Evropskou unií

Financováno Evropskou unií. Názory vyjádřené jsou názory autora a neodráží nutně oficiální stanovisko Evropské unie či Evropské výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA). Evropská unie ani EACEA za vyjádřené názory nenese odpovědnost.