

Je coach altijd om de hoek

Terwijl telefonische coaching in Angelsaksische landen een enorme vlucht heeft genomen, is deze vorm van coaching in Nederland nog relatief zeldzaam. Onterecht, vinden executive coaches Anneloes van Haaren en Marianne van der Pool. Telefonisch coachen heeft grote voordelen en doet kwalitatief niet onder voor face-to-face coaching.

INTERVIEW

Anneloes van Haaren en Marianne van der Pool

Een coach als denkpartner, vertrouwenspersoon en supporter voor het verwezenlijken van persoonlijke en werkgerelateerde doelen. Het is intussen een redelijk bekend fenomeen in Nederland. Meer dan een kwart van werkend Nederland maakt gebruik van een coach en bij veel organisaties is coaching in de secundaire arbeidsvoorwaarden opgenomen. Zo willen bedrijven hun medewerkers zo optimaal mogelijk laten functioneren en de persoonlijke ontwikkeling stimuleren.

Een andere ontwikkeling is dat werknemers steeds vaker graag een relatie zien tussen hun eigen doelen en de doelstellingen van het bedrijf waarvoor ze werken. Mensen zoeken betekenis in hun leven en ook daarbij is coaching een belangrijk middel om leiders in staat te stellen mensen zoveel mogelijk te motiveren. Zodat het potentieel van het bedrijf zoveel mogelijk wordt benut.

Bijna al deze coaching vindt in Nederland vis-à-vis plaats, wat wil zeggen dat de

coach en de coachee zich tijdens de coaching in dezelfde ruimte bevinden. De afspraken worden misschien wel telefonisch gemaakt, maar het coachingsgesprek zelf is bijna altijd face-to-face.

Het is onze ervaring dat, wanneer je in je omgeving vertelt dat je ook via de telefoon coacht, meestal een reactie van ongeloof volgt. Vaak wordt gedacht dat telefonische coaching niet werkt of dat het second best is. Ook wordt vaak gedacht dat coaching per telefoon gelijk staat aan een babbel-tje, een keuvelachtig gesprek dat je met vrienden voert, of juist een grote afstand creëert tussen de coach en de coachee. Het zou ook moeilijk zijn om op deze manier een vertrouwensband op te bouwen. Alleen face-to-face is 'echte' coaching, zo luidt de gedachte.

Het is interessant om te zien dat telefonisch coachen in Angelsaksische landen wel aanslaat en een grote populariteit geniet. Wat zien deze landen in deze vorm van coaching? Het blijkt dat telefonische

coaching grote voordelen heeft en dat de weerstand tegen deze vorm van coaching vaak op een misvatting berust.

Meer dan kostenbesparing

De rationele voordelen van telefonische coaching zijn veelal wel bekend: coachen per telefoon bespaart kosten en tijd. Cliënten en coaches hebben geen last van files en de nevenkosten voor vervoer en kantoorhuur worden bespaard. Er hoeft alleen nog geïnvesteerd te worden in de daadwerkelijke coachuren. Bovendien kun je je coach ook gemakkelijker ad hoc raadplegen en is hij/zij ook bereikbaar tijdens een zakenreis.

Naast deze praktische voordelen heeft deze vorm van coaching ook een voordeel van kwalitatieve aard. Omdat er geen belemmering bestaat door reistijd kan de coaching op een regelmatige basis plaatsvinden. Zeker voor mensen die veel reizen is dat van groot belang. De regelmaat zorgt ervoor dat de kwaliteit van de coaching sterk toeneemt.

Uit onderzoek blijkt dat een goede match van coach en coachee zeer belangrijk is voor het succes van de coaching (Mittendorff, 2007). Wanneer een coach en een coachee elkaar liggen, is de kans van slagen vele malen groter. Geografische afstand kan dan een belemmering zijn: wanneer een coachee in Groningen woont en de coach in Zeeland, is het kosten- en tijdsintensief om af te spreken. Telefoni-



Telefonisch coachen in de praktijk:

Een voorbeeld van coaching per telefoon is Heleen de Vries, die voor een ontwikkelingsorganisatie in Tanzania werkt. Zij dacht haar droombaan gevonden te hebben, maar dat blijkt tegen te vallen. Een Nederlandse coach helpt haar uit te zoeken wat er aan de hand is. Door een verandering in haar takenpakket vindt ze geleidelijk aan de bezieling in haar werk terug. Coaching in haar moedertaal werkte hier zeer effectief (Delahay e.a., 2007).

Een ander voorbeeld is Charles de Meijere, een executive bij een grote internationale levensmiddelenfabrikant. Hij maakt regelmatig gebruik van telefonische coaching om zijn leiderschapstijl te verbeteren. Mensen enthousiasmeren en minder autoritair zijn is de rode draad in de coachingsgesprekken. Net als sporters zijn zij beiden bezig zichzelf steeds meer te verbeteren. Ze werken doelgericht en nemen geen genoegen met middelmatigheid (Jones, 2008).

sche coaching neemt dit obstakel weg. Een coachee is zo niet gedwongen te kiezen voor de coach om de hoek, maar kan een coach selecteren die hem of haar het meest ligt.

Vertrouwensband en diepgang

Critici stellen dat telefonisch coachen niet dezelfde diepgang biedt als vis-à-vis coaching omdat de coach veel non-verbale informatie mist. Een blik kan immers boekdelen spreken. In de praktijk kan deze visuele informatie echter ook veel ruis veroorzaken. Zowel de coach als de cliënt kunnen worden afgeleid door het type kleding of het uiterlijk van de gesprekspartner. Ook kan het gedrag of de werkruimte van de coach voor de cliënt verwarrend of intimiderend zijn.

Zonder visuele afleidingen kunnen we beter luisteren, beter nadenken, beter aantekeningen maken en ons beter op de hoofdzaken concentreren. Er gaat geen energie verloren aan fysieke aspecten (zoals kleding, gedrag, of een ruimte) en dit geeft meer ruimte om werkelijk te horen wat er wordt gezegd. Het is bewezen dat mensen zich het best kunnen concentreren wanneer zij hun ogen op een bepaald punt fixeren. Daarom staren sommige mensen zo graag uit het raam als ze goed willen nadenken. Door het gebrek aan afleiding is het vertrouwelijke en persoonlijke aspect mogelijk bovendien beter gewaarborgd via de telefoon.

Coaching door middel van telefoongesprekken kan dus zeer effectief zijn. Hetzelfde geldt overigens voor e-coaching, coaching via e-mailcontact (Hisschemoller, 2008). Ook in de psychotherapie en zelfs in de psychoanalyse worden telefoon en internet in toenemende mate gebruikt (Redding Mersky, 2006). Diverse onderzoeken door het Trimbos Instituut tonen aan dat psychotherapie via het internet net zo succesvol kan zijn als een psychotherapie sessie waarbij de cliënt tegenover de psycholoog in een kamer zit. Sommige mensen vinden het feit dat je elkaar niet ziet juist een voordeel: ze durven eerlijker te zijn dan in de spreekkamer (Redding Mersky, 2006).

Zijn er ook nadelen?

Zowel de coach als de coachee moeten zich prettig voelen in het telefonische contact. Uit onderzoek in de psychothe-

rapie blijkt dat de voorkeur van de cliënt een van de beste voorspellers van succes van de therapie is. Je kunt iemand niet helpen met iets waar hij geen vertrouwen in heeft (Mittendorff, 2007). Dit geldt ongetwijfeld ook voor coaching. Voor een aantal coachees en ook voor coaches blijft het face-to-face contact de prettigste manier van werken. Mensen die verbaal minder vaardig zijn zouden bijvoorbeeld een voorkeur kunnen hebben voor face-to-face contact met de coach, hoewel een goede telefonische coach coachees de ruimte geeft om hun gedachten goed te formuleren en eventueel te herformuleren.

Randvoorwaarden

Voor telefonische coaching geldt, net zoals bij face-to-face coaching, dat de professionaliteit van de coach voorop staat. De coaching moet door een professionele coach worden gegeven, die goed is opgeleid, bij voorkeur is geaccrediteerd en weet hoe je een telefonische coachingsessie moet voeren. Een telefonisch coachingsgesprek is namelijk niet zomaar een telefonisch gesprek, maar dient te voldoen aan alle voorwaarden van een professioneel coachingsgesprek. Telefonische coaching vergt een andere vorm van concentratie, luisteren en afstemmen. De kerncompetenties voor coaches, zoals die door de ICF zijn geformuleerd, gelden zeker ook voor telefonische coaching.

Net als bij face-to-face coaching wordt telefonische coaching bij voorkeur ondersteund door oefeningen en huiswerkopdrachten waarmee de coachee aan de slag kan. Veel van de daadwerkelijke coaching gebeurt tussen de coachingsgesprekken in.

Een derde voorwaarde is dat zowel de coach als de coachee zich in een omgeving bevinden waar ze zich volledig op het coachingsgesprek kunnen concentreren. Alleen dan zijn de coach en de coachee volwaardige denkpartners.

Een kwestie van gewenning?

Voor zover onderzocht blijkt dat telefonisch en e-coaching op alle vlakken net zo effectief zijn als face-to-face coaching. Het lijkt dan toch ook vooral een kwestie van wennen. Maar aangezien we tegenwoordig voor het merendeel van onze bankzaken ook niet meer naar het bankloket gaan en we onze vakanties niet meer bij het reisbureau om de hoek boeken, is de kans aanwezig dat te-

lefonische coaching ook algemeen geaccepteerd zal worden. Vaak willen mensen een combinatie van beide: eerst de coach in een gesprek zien, en vervolgens overgaan op telefonisch coachen. Of dat er geregeld vis-à-vis gesprekken zijn en tussendoor telefonische coaching.

In het kader van talentontwikkeling zorgen veel bedrijven dat hun talentvolle mensen intensieve training krijgen. Zo krijgen medewerkers de kans hun persoonlijkheid zo goed mogelijk te ontwikkelen en hun talenten zo veel mogelijk in te zetten. Het is daarbij een belangrijke asset om langdurige coaching te krijgen van een coach met wie het klikt en die altijd goed bereikbaar is. Als geografische barrières daarbij wegvallen, is er meer keus wat kwalitatief goede geaccrediteerde coaches betreft. Een goede match zorgt voor een betere investering met een hoger rendement.

Uiteindelijk is een coach een denkpartner die door middel van een regelmatige structuur de coachee inspireert het maximale uit zijn of haar professionele en persoonlijke potentieel te halen. En dat kan prima met goed gestructureerde coachingsgesprekken via de telefoon.

Literatuur

Delahay, Aukje & Pool, Marianne van der (2007), *De Carrierecoach*, Utrecht: Spectrum.
Hisschemoller, B. (2007), *Hallo ik ben Uw e-coach*, Schiedam: Scriptum.
Jones, Graham (2008), *How the best get better and better*, Harvard Business Review, June.
Mittendorff, Carlo (2007), *Wat helpt mensen te veranderen?* in: T. Dijkstra: *Coachen als tweede beroep*, Zaltbommel: Thema.
Redding Mersky, Rose (2006), *Organizational Role Analysis by telephone: the client I met only once*, in: John Newton, Susan Long & Burkard Sievers (eds.): *Coaching in Depth: The Organizational Role Analysis Approach*, London: Karnac, 113-125.
www.icf-nl.org en www.coachfederation.org; daarop staan de Coach kerncompetenties zoals geformuleerd door de International Coach Federation ('ICF').

Anneloes van Haaren ICF ACC coach talentvolle individuen wereldwijd op het gebied van werkgerelateerde uitdagingen, zoals loopbaanontwikkeling, persoonlijke effectiviteit en de balans tussen werk en privé. www.avhcoaching.com

Marianne van der Pool ICF PCC, senior partner in Van der Pool Consultancy, coacht op innovatieve wijze vanuit een gedegen achtergrond in psychologie, management en psychotherapie. Daarnaast is ze opleider in coachopleidingen en mentor coach. www.marianne.vanderpool.com.