

SINTESIS TELECONFERENCIA
¿Cómo Venderse Mejor Como Coach?
29 de marzo de 2016

El 29 marzo 2016, 48 coaches de todo el mundo (España, Guatemala, Argentina, Colombia, Venezuela, Uruguay y México) se reunieron en una teleconferencia dirigida y organizada por Claude Arribas y el Equipo de Anse España.

Durante 1,5 h experimentaron pinceladas, de cómo hacer, en un área que preocupa a todo coach ¿Cómo Venderse Mejor como coach? Ya la que, en la Escuela de Coaching Sistémico Metasysteme de Alain Cardon, damos especial importancia y atención.

Es un área vital dentro de la formación que proporciona no solo una metodología para venderse como Coaches, sino un “saber ser”, que ayuda a desarrollar nuestro mercado y clientes de forma fractal y bajo un sistema ético.

En todas sus ediciones de formación el alumno recibe 84 horas de formación en coaching sistémico, acreditadas ACSTH por la ICF, más 7h de mentoring grupal, y 15 horas de acompañamiento telefónico comercial en equipo durante 10 meses. Además las personas que participaron a la teleconferencia, y se inscriban en la 6ª Edición de Formación, tendrán 3 horas de acompañamiento telefónico gratuito enfocado en la eficiencia del uso de las redes sociales.

La 6ª edición comienza el 14 de Abril de 2016 en Madrid. Pincha aquí para tener más información: <http://www.anse.fr/espanol/espanol-produits/1304/formacion-en-coaching-sistemico-madrid/>

Agradecemos mucho la confianza y la apertura de cada asistentes al confiarnos sus preocupaciones y sus preguntas. A través de esta síntesis pretendemos también dar respuesta a algunas de ellas.

Muchas Gracias

Un coaching Saludo.

Equipo Coaches Sistémicos ANSE España

¿Cuál es el enfoque que dais?

Para la escuela Metasysteme de Alain Cardon el coaching sistémico vale tanto para un cliente individual, de equipo como de organización. Durante la formación se enseña lo que es verdaderamente un sistema y como el coach forma parte del sistema. El coach sistémico sabe poner al servicio de su cliente las interrelaciones que existen entre las personas para permitir a su cliente lograr resultados extraordinarios.

A partir del primer contacto que ya sea por escrito, por teléfono, o frente a frente el coach y el potencial cliente construyen un sistema. Ya se siembran semillas que florecerán cuando este potencial cliente se convierta en cliente.

Es decir, que si durante este primer contacto y los sucesivos con su potencial cliente, el coach por ejemplo, explica lo que es el coaching, si el coach no maneja el silencio..., si el coach no se atreve a propiciar que el sistema entre en zona de incomodidad para permitir a su potencial cliente cambiar de marco de referencia, pues, el coach empuja a vender. De esta forma, la cosecha de la semillas que el coach está plantando, se llamarán posición alta, ayuda, consejo, consultoría, experto, terapia... No serán flores de la postura del coach sistémico y el potencial cliente no puede entender lo que un coach le va a permitir ganar.

Las flores del coaching son posición baja, humildad, paridad, vulnerabilidad, aspirar al potencial cliente a comprar y no empujar a comprar o a vender. Es decir, construir lo que llamamos un sistema ético.

Desde el marco de referencia del coach sistémico durante la formación el coach aprende a manejar la paradoja de vender sin intención.

Para ANSE España venderse como coach significa enfocarse a Vender Sin-intención, con posición baja y desarrollando un sistema ético. Es un enfoque de “saber ser” antes que de “saber hacer”. Es este saber ser lo que el potencial cliente viene a comprar.

Si no, iría a buscar un formador, un consultor, un experto, un terapeuta, un mentor...

Si quieres más información sobre la noción de “sin intención”, te invitamos a leer este artículo de Alain Cardon sobre Escuchar para nada: <http://www.anse.fr/espanol/espanol-blog/1218/escuchar-para-nada/>



Quisiera comprender el modelo

En 2005/2006 Claude Arribas tras una investigación para vender en posición baja, desarrolló y experimentó el modelo de los 5 conceptos de venta sin intención.

A partir de 2009, creó en Francia un módulo de dos días de formación para coaches. En 2012, en Francia desarrolló este modelo como Campus Numérico por internet. Cuando empezó a tener clientes (Grandes Empresas, Pymes, Start Up) en España y en latinoamérica, se dió cuenta que el mercado era un poco distinto. Para dar más poder y potencia a los coach sistémicos, para permitir al mercado ver la potencia del coach sistémico, decidió añadir al módulo de formación en coaching sistémico individual, de equipo y de organización, este modelo con 15 horas de acompañamiento comercial, durante 10 meses.

Este modelo de venta sin intención se base en los 5 conceptos clave siguientes:

Concepto 1: Posicionarse:

Es tu posicionamiento de marketing. Cada ser humano es un sistema y cada uno atraemos sistemas. Con este concepto, te invitamos a conocerte a ti mismo. Cada sistema que atraes es un reflejo de lo que tú eres. Durante la formación te invitamos a conocerte a tí mismo a través de tus redes. Una preocupación de un amigo es casi seguro que también es nuestra. Conocerlo hace posible que fluya mejor lo que atraemos y fluyamos con potenciales clientes.

Como dice el refrán: “Muéstrame a tus 5 mejores amigos y te diré quién eres”

Con la noción de lo fractal, que desarrollamos durante la formación, podrás conocerte a ti mismo, conocer tus vulnerabilidades, tus potencialidades, de esta forma construyes un sistema ético que se transforma en potencia para el potencial cliente.

Te invitamos a hacer las siguientes preguntas a tus redes y claro a tus dianas:

1. ¿Qué te he permitido ganar en tu vida gracia a nuestra relación?
2. ¿Cuál es tu preocupación principal?
3. ¿Imaginemos que logras resultados extraordinarios respecto de esta preocupación, ¿Qué resultados consigues?
4. ¿Qué te ha impedido hasta ahora conseguir estos resultados extraordinarios?

Atención: durante la formación pasamos tiempo con la formulación de estas preguntas porque no son preguntas de coach. Recuerdo que es una investigación y de hacerlo solo con tus 5 mejores contactos de las dianas que quieres prospectar. Y también pasamos tiempo aprendiendo a ponerlas al servicio de nuestras redes, dianas, clientes.

Por diana entendemos la persona con quien quieres, con quien te interesa hablar.

Concepto 2 : Prospeccionar y Comunicar:

Somos coaches, no somos vendedores o teleprospectores. El enfoque no es transformar al coach en un vendedor o en un teleprospectador. El enfoque es seguir siendo coaches aunque estemos vendiendo.

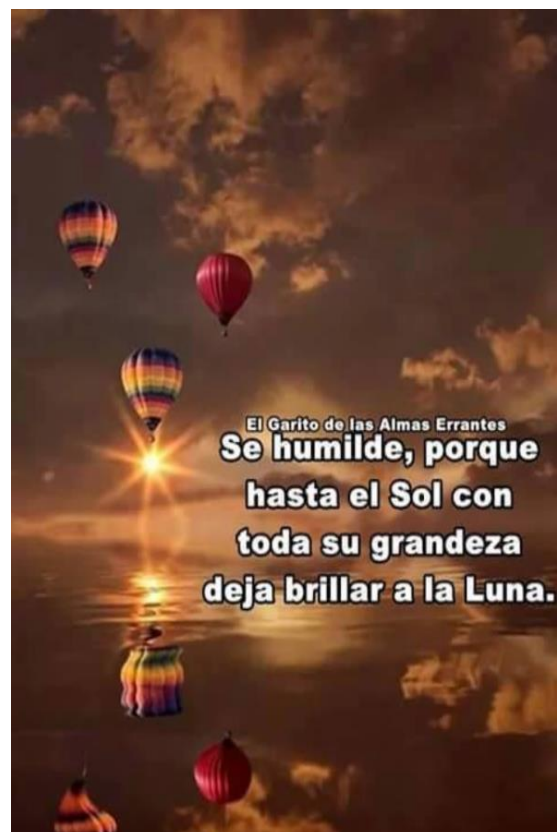
Es decir cómo el “ser”, el talento del coach permite aspirar la atención de un sistema (potencial cliente) y crear la relación con su potencial cliente.

Para eso utilizaremos en primer lugar la respuesta 1 del concepto uno para poder decir: mi oficio permite....(hablamos aquí de ser y no de hacer).

En segundo lugar utilizaremos las otras tres respuestas para construir la herramienta de la **3ERRES** para vender en posición baja. Cf más adelante explicaciones de estas 3 ERRES.

Durante la formación vemos también en profundidad las 7 formas de prospección inteligente que son:

- Hacer vuestras propias conferencias
- Ir a conferencias donde van vuestras “dianas” y coachear a las personas que os atraen/aspiran (es por algo).
- Prospección inteligente a partir de las informaciones que os proporcionen vuestros clientes, redes sociales.
- Prospección inteligente llamando a una empresa con un motivo claro, verídico, real. La secretaria os pasará la persona ”Ejemplo: “Quiero hablar con “x” porque ayer lo vi en la conferencia y ..”.
- Prospección inteligente también mandando un e.mail, a tus redes sociales, y artículos con vuestras “3 R”.
- Prospección inteligente a partir de vuestra intuición.
- Subcontratar a una empresa para que prospecte por vosotros (en este caso debes invertir un tiempo en formarla en cómo vender sin intención...)



Concepto 3: Descubrir nuestros Potenciales Clientes

Este es el momento en el que estoy “face to face” (o por teléfono) con mi potencial cliente. Es la oportunidad para que vea quién soy y descubra qué puede lograr para él mismo. Es decir, lo voy a coachear. Voy a tener una postura de coach sin intención. En este momento no voy a diferencia si estoy ante un potencial cliente o ante un cliente; es una persona. Lo importante es que para él habrá un antes y un después.

Para coachearlo:

- lo primero que le preguntaré es de cuánto tiempo dispone, y lo que quiere lograr al finalizar este tiempo juntos.
- Pongo a trabajar mis 3ERRES en mis sistemas.
- En posición baja sin intención
- Y quizás va a vivir un antes y un después: un cambio de marco de referencia.

Durante la conferencia hemos visto también que en este momento puede ser interesante hacerle preguntas como ¿cuál es tu preocupación principal? Y ¿qué quieres lograr respecto a tu preocupación principal con el tiempo previsto?

Es el momento de ser coach, de “ser” sin intención, de poner un sistema ético, de estar atento a tu conciencia sistémica para justamente poder permitir a tu potencial cliente cambiar de marco de referencia y encontrar un plan de acción.

Durante la formación, se aprende a coachear en 8 minutos. Al final de los 5 meses, un coach ha hecho más de 300hs de prácticas y ya sabe manejar un flash/coaching, ya sabe utilizar su conciencia sistémica al servicio de sus cliente (individual y/o equipo y /o organización). Saber coachear en 8 minutos, es también poder atraer a personas (muchas veces los CEO) que tienen poco tiempo y que quieren resultados rápidos. La experiencia también nos demuestra que estas mismas personas saben pararse varias horas o un día para realmente ir más allá de lo que podían pensar. Se desarrollan relaciones, muy profundas.

Si quieres más información sobre la noción de sistema ético. Pincha aquí: <http://www.anse.fr/espanol/obtener-un-sistema-etico/>

Si quieres más información sobre la noción de conciencia sistémica. Pincha aquí: <http://www.anse.fr/espanol/espanol-blog/1209/el-coaching-sistemico/>

Concepto 4: Haciendo un Cliente:

A través del concepto 3 y del ser del coach, el potencial cliente cuando ha vivido un antes y un después quiere saber cómo funciona, tiene preguntas de procesos.

En la formación de este módulo se desarrolla un sistema de contrato ágil que puede ser entregado en ese instante al cliente.

Llamamos este contrato, el “Contrato Tipo”. Este contrato explica brevemente lo que permite el coach (recuerda la respuesta a la pregunta 1), ejemplos de objetivos logrados por sus clientes, su método, sus precios, las cláusulas legales y las firmas.

En este punto seguimos invitando al coach a mantener su posición baja, sin intención (esto lo desarrollamos durante toda la formación). El contrato tipo sistémico lo permite fácilmente.

El contrato tipo sistémico permite también poner unos acuerdos para poderse relacionar más tarde con el potencial cliente si no ha firmado ese mismo día.

Claro durante la formación vemos ejemplos de contrato tipo sistémico y vemos cómo manejarlo con el potencial cliente.

Concepto 5: Mediciones:

Cada coach es acompañado comercialmente durante la formación, en su plan de negocio referente a cuantos prospectos necesita para conseguir “x” clientes. Invitamos a ver la coherencia de su visión y de sus planteamientos.

Invitamos también a medir sus acciones para que siga aprendiendo sobre sí mismo e identificar cuáles son sus fortalezas y sus debilidades. “Uno se hace de lo que mide”.

Sistémicamente también decimos que, desarrollando un sistema medible, podemos atraer a sistemas que quieren cosas medibles o que necesitan medir.

¿Qué barreras nos encontramos a la hora de buscar clientes de coaching, en parte por la ignorancia de lo que es el coaching y también por lo desprestigiado que están en algunos ámbitos?

Esta pregunta también se la hicieron Claude Arribas y Alain Cardon. La dificultad para buscar clientes estriba en lo difícil que es venderse uno mismo y/o venderse uno mismo como producto. Ambas situaciones, entrañaban sus riesgos, pues aún así, los clientes seguían cancelando procesos o costaba encontrar lo adecuados.

Se preguntaron que “Algo debía haber _NO ético_ en el sistema que traía estos resultados”.

Durante sus investigaciones Claude Arribas se dio cuenta que el **mercado** y el **comportamiento** de los clientes eran dos factores clave. Lo experimentó y lo pulieron juntos.

Destacó **3 tipos** de **mercados**:

- quienes conocen el coaching e incluso lo han vivido (mercado pequeño 15%),
- quienes piensan que lo conocen y no lo necesitan y

- quienes no saben de coaching y no saben que lo necesitan.

Observaron 2 comportamientos.

- El primero es el que llamamos « el potencial cliente quiere ayuda », Actúa de trampa para el coach si toma una posición de “ayuda”. El cliente puede frustrarse en cada sesión porque espera ser ayudado, estamos plantando una semilla de « yo te voy a ayudar », y si después no entro como coach en ayudarlo, el cliente puede cancelar o frustrarse.
- El segundo, cuando el cliente es experto y quiere ir más allá pidiendo alguien más experto, a alguien que sepa más que él. Si desde esta postura de saber más que él yo le explico cómo hacer...ya no me estoy poniendo en una buena postura de coach.

El riesgo es que si no desarrollamos la postura de coach, el cliente no verá la diferencia y entonces no adquirirá nuestros servicios.

El coaching no se puede explicar, es como el amor, no se explica se hace.

El cliente necesita el Ser del Coach pero no el Hacer. Y desde ahí, se construye un sistema ético, me pongo en paridad con el cliente. Cuando el coach explica pone algo de ayuda en el sistema y, si existe intención de ayudar, está empujando al cliente y si se le empuja no hay paridad.

El modelo de venta de la Escuela se basa en la paridad y en la creación de un sistema ético entre coach y cliente que es llevado a la práctica con las 3ERRES que es la herramienta de venta sin intención del coach.



¿Quiero tener claves para llegar mejor a los clientes y un plan de acción para conseguirlos?

Con el segundo concepto del modelo: Prospeccionar y Comunicar el coach dispone de la herramienta de LAS 3ERRES (Realidad, Resultados y Riesgos) que permite conocer sus dianas, mercados y clientes potenciales para iniciar el plan de acción.

Aquí el coach analiza sus propias dianas, a través de sus redes personales y gracias a ellas conoce de forma fractal el tipo de clientes o el tipo de mercado que atrae de forma natural.

El proceso consiste en averiguar:

Realidad –(de nuestra diana) Desde una posición baja, investigamos con 5 amigos/dianas su preocupación principal. Me refiero aquí a la pregunta 2 del concepto 1 posicionarse. A través de sus investigación, es decir, a través de la respuestas obtenidas de estas 5 personas, encuentra el tema común. Con este tema común el coach ya puede hablar a un potencial cliente con una posición baja: “puedo suponer que.. imagino que...(y aquí decir ese tema común que ha salido de su investigación con esas 5 personas”.

Resultados – Aquí detectamos con ellos cosas medibles (margen, metas, objetivos, acciones concretas). Me refiero a la pregunta 3 del concepto 1 posicionarse. Y seguimos devolviéndoselo a nuestro potencial cliente: “Y también puedo imaginar que quieres ... estos resultados.....”

Riesgos – son los frenos, creencias limitantes, resistencias .. que nos indican las resistencias y objeciones de nuestro sistema. Pregunta 4 del concepto 1 Posicionarse. Las vamos a “quitar “ usando la palabra SIN, cuando vayamos a hablar con un potencial cliente. Diciendo algo así como “ puedes conseguir sin invertir mucho tiempo en ello y trabajando con temas reales, de tu día a día.”.

La Escuela de Coaching Sistémico desarrolla la conciencia sistémica de sus alumnos a través de “olas sistémicas” y el concepto de “lo fractal”. La herramientas de las 3ERRES, desarrolla la parte fractal. Igual que un Geólogo a partir de una piedra es capaz de averiguar de qué montaña proviene.

Podemos averiguar nuestras dianas mayores a través de dianas menores y éstas nos dan la clave para acceder a nuestros clientes.

Puedes imaginar que durante la formación pasamos bastante tiempo para que cada coach pueda crear sus 3 ERRES, sepa cómo manejarlas. También gracias a las prácticas de 8 minutos que hace a lo largo de la formación tiene su propio laboratorio de experimentación.

En este link hablo también de las 3 ERRES, de los mercados, tienes también un video. Pincha aquí: <http://www.anse.fr/espanol/espanol-blog/1252/como-venderse-mejor-como-coach/>

¿Cómo dirigirme sin invadir a la persona, a un cliente potencial, por dónde empezar, cómo plantear el precio?

La herramienta de las 3ERRES –en postura de coach- da como resultado la creación del discurso de venta sin intención con el que dirigimos a los potenciales nuevos clientes, sin invadir su persona. Y aporta luz a cómo plantear los precios.

Un mercado económico se desarrolla si su producto se vende; si no, ese mercado desaparece. O sea, que cuanta más gente vende coaching, más negocio habrá para todos.

Podría ser un marco de referencia totalmente distinto pero todos los mercados económicos se desarrollan de esta forma.

Es por eso que para construir un sistema ético y de paridad con los coaches sistémicos enseñamos a cómo venderse como coach. De hecho, abordamos la noción de precios y enseñamos como construir su propio precio. Sabiendo que en general, el mejor precio es aquél con el que uno se encuentra bien para poder hablar de corazón a corazón con su potencial cliente. Ve también la coherencia de sus precios con sus mediciones del concepto 5.

Hemos visto un ejemplo de discurso compartido en la teleconferencia QUE es: “¡imagino, supongo... que quieres mejorar tu y obtener un 10% de margen , sin invertir mucho tiempo en ello y trabajando con temas reales, de tu día a día....”

Cada coach crea sus propios « guiones o discursos » que salen de las dianas que haya detectado y de su sistema. Durante la formación comercial se trabaja y se coachea la relación con el dinero, así como el precio que cada coach determina desarrollando así un sistema ético entre el cliente y el coach.

Puedes imaginar que todas estas informaciones te dan las primeras pautas pero son el 10% de lo que vivirás durante la formación.

Seguro que te surgen muchas más preguntas, que resolverás a través de la formación, así como mediante el acompañamiento comercial de cómo vender tu coaching, durante 10 meses, único en el mercado español.

No dudes, 100% de los que han ganado han jugado.

Para registrarte en la próxima edición de formación que comienza el 14 de Abril en Madrid: Pincha aquí:

<http://www.anse.fr/espanol/espanol-produits/1304/formacion-en-coaching-sistemico-madrid/>

