

STILL ODER MEDIUM?

Eine strukturierte Dokumentation erleichtert den Umgang mit Daten und Fakten aus dem Coachingprozess.

VON TANJA KLEIN

Wenn dieser Punkt erscheint, stöhnen meine Seminarteilnehmer meist: „Strukturierte Dokumentation von Coachingprozessen“ ist in meinen Coachingtipp-Seminaren eher Liebe auf den zweiten Blick. Coaches arbeiten eben lieber mit Menschen als mit Computern. Sie führen lieber durch ein Coachingformat, als ein Formblatt auszufüllen. Lesen lieber ein neues Methodenbuch, als Protokolle zu schreiben. Für Fachbücher geben sie gern Geld aus, doch eine Rechnung zu schreiben zählt nicht unbedingt zu ihren Lieblingsbeschäftigungen. Dabei liegt genau dort die Belohnung. Und wer dies effizient macht, hat plötzlich mehr Zeit – zum Beispiel für Fortbildungen. Hier folgt meine Erfahrung, mit überschaubarem Zeitaufwand eine gute Dokumentation zu ermöglichen.

Immer mit Starterbrief

Erster Schritt: Der Kunde ruft an und möchte einen Termin. Seitdem meine Kunden auf der Internetseite alle Informationen über mich und meine Arbeit (Preise inklusive!) finden, dauert das erste Telefonat meist nur zehn Minuten. Ich mache mir Notizen auf einem Schmierblatt und übertrage den Termin mit einem Namenkürzel (zu meinem Namen wäre das TaKl) und der Uhrzeit in meinen Kalender. Die ersten Kundendaten tippe ich in

mein CRM¹-System „Mein Büro“. Dort lege ich auch für den ersten Coaching-Termin vorab die Rechnung an. Dies schaffe ich in weniger als zwei Minuten.

Zweiter Schritt: Ich bestätige den Termin mit dem Coaching-Starterbrief, den ich per Mail binnen der nächsten zwei Tage versende. Darin erkläre ich den Prozessverlauf, den Preis, Parkmöglichkeiten, Hintergrundinfos zum Coachingraum und gebe auch Informationen zu meiner Person. Wichtig sind die Fragen, die ich dort schon an den Kunden stelle (z. B. was er im Coaching für sich erreichen möchte) und die ihn auf den Termin einstimmen. Indem er sie für sich beantwortet, sparen wir Coachingzeit (und Geld) und der Kunde wird sich über einige Punkte vorab schon etwas klarer als zuvor. Die Fixierung des Termins und des Honorars ist mir als Coach wichtig. Dies erspart Missverständnisse und Ärger auf beiden Seiten. Ich bitte den Kunden an dieser Stelle um Rechnungsadresse und Mobilfunknummer. Jede Mail wird individuell angepasst. Wie diese Texte aussehen können, lässt sich in Büchern von Manfred Prior und auch von Ruth Urban und mir lesen.

Dritter Schritt: Gut zwei Drittel der Kunden antworten mir auf den Coaching-Starterbrief mit weiterführenden Informationen. Mancher „Kurz-und-knapp-Kunde“ gibt seine Ziele in einem Dreizeiler an. Die „romantische Lyrikerin“ schreibt mir zu dieser Frage ein Gedicht und ▶

¹ Customer-Relationship-Management, kurz CRM (dt. Kundenbeziehungsmanagement) bezeichnet die konsequente Ausrichtung einer Unternehmung auf ihre Kunden und die systematische Gestaltung der Kundenbeziehungsprozesse.

Ein Coachingvertrag schützt den Kunden und den Coach – er ist einfach professionell.

eine andere Kundin schickt mir neben den Antworten auf meine Fragen noch ein Foto ihrer Familie oder ihres Haustieres mit. Das kann bereits der erste Schritt zur Lösung sein, beim schriftlichen Formulieren werden Zusammenhänge leichter ersichtlich. Ein Nachdenken über das Coachingziel z. B. setzt schon Änderungen in Gang. Auf jeden Fall bedanke ich mich bei jedem per Mail für das Vertrauen und gehe kurz auch auf die Antworten ein.

Immer mit Vertrag

Vierter Schritt: Vorbereitung auf das Vorgespräch. Jeder Kunde erhält eine eigene „Akte“ – bei mir eine Klarsichtmappe. Das Vorblatt enthält die Initialen des Kunden und andere Kürzel (siehe Abb. unten). Diese Kürzel erkläre ich später dem Kunden beim Ausfüllen.

- L R steht für Links- oder Rechts- händler. Diese Info ist für die korrekte Durchführung des Myostatiktests an der Hand sinnvoll.

- S M steht in meiner Praxis für die Sorte des Wassers, das ich anbieten kann: „still oder medium“. Ich möchte nicht jedes Mal wieder neu fragen müssen.

- NLP steht für die Coachingmethode Neurolinguistisches Programmieren und die drei folgenden Buchstaben stehen für die drei hauptsächlich genutzten Repräsentationssysteme: visuell, auditiv und kinästhetisch. Nach den ersten Gesprächsminuten bekomme ich schnell ein Gefühl dafür. Dieses Zeichen macht mich stets darauf aufmerksam, mich diesen Wahrnehmungskanälen durch präzise Wortwahl oder auch kleine Denkpausen anzupassen.

- Die Abkürzung ww steht bei mir für die Coachingmethode wingwave. Die meisten Kunden kommen genau dieser Expertise wegen zu mir. Die dazugehörigen Buchstaben A M K stehen für die bevorzugte Art und Weise, wie der Kunde den bilateralen Hemisphärenausgleich

(auch aus dem EMDR bekannt) innerhalb des wingwave-Coachings erleben möchte: über die Augenbewegungen, über speziell komponierte Musik via Kopfhörer oder über das abwechselnde Tippen auf die Schulterblätter.

- Die letzte Abkürzung steht für den „sicheren Ort“. Da ich als Heilpraktikerin für Psychotherapie auch mit traumatisierten Menschen arbeite, erkundige ich mich immer, wo in ihrer Vorstellungswelt sich Kunden wohl und sicher fühlen. Das nutze ich, um den Kunden ggf. zu stabilisieren, und auch als eine eigene Intervention, die den Kunden stärkt.

- Die restliche Seite ist dem Thema bzw. dem Inhalt des Coachings gewidmet. Hier erarbeiten wir im Vorgespräch die genauen Ziele und fixieren diese positiv formuliert direkt auf der ersten Seite der Unterlagen.

Ich drucke den Coachingvertrag zweifach aus. Immer wieder wird diskutiert, ob man ihn überhaupt braucht. Aus meiner Sicht ist so ein Vertrag dreifach empfehlenswert: Er schützt den Kunden (z. B. vor überhöhten Rechnungen). Er schützt den Coach (z. B. vor Verdienstausschlägen bei verpassten Terminen oder vor überzogenen Erwartungen). Er ist einfach professionell.

Ich habe unterschiedliche Verträge: mit weiblicher und mit männlicher Anrede, mit unterschiedlichen Konditionen (Honorarhöhe oder Zahlungsziele), Mutter- und Kind-Coachingverträge oder spezielle Firmenverträge.

Auch die bereits vorbereitete Rechnung drucke ich aus meinem CRM-



Für die Übersicht: das Vorblatt der Prozess-Dokumentation. Abb.: T. Klein

System in zweifacher Ausfertigung aus. Eine geht in den Steuerordner, die zweite kommt unterschrieben in ein Kuvert. Dann packe ich alles zusammen in meine Klarsichtmappe:

- Vorblatt
- ausgedruckte Kundenmail (falls vorhanden)
- den zweifach ausgedruckten Coachingvertrag
- ein leeres wingwave-Formblatt
- Rechnung
- ggf. weitere Checklisten wie z.B. Flugangst- oder Auftrittsangst-checkliste.

Damit sind meine Vorbereitungen abgeschlossen. Der Kunde kann kommen – zum Vorgespräch.

Immer mit Vorgespräch

Fünfter Schritt: das Vorgespräch. Als Erstes höre ich gut zu und notiere die wichtigsten Punkte. Ich erkläre dem Kunden meine Art zu arbeiten, die Coachingmethode wingwave und die Auswirkungen von Spiegelneuronen auf sein Leben und unsere gemeinsame Arbeit. Wenn klar ist, dass wir beide gerne gemeinsam arbeiten möchten, überreiche ich dem Kunden den Coachingvertrag. Die wichtigsten Rahmenbedingungen sind ihm aus dem Starterbrief bereits bekannt. Mein Kunde erhält genügend Zeit die zwei Seiten zu lesen und zu unterschreiben. Und in meiner zehnjährigen Praxis haben bisher all meine Kunden unterschrieben. Mein Exemplar des Vertrages geht unterschrieben in die Klarsichtmappe, die andere Version ist für den Kunden. Als Nächstes füllen wir gemeinsam das Vorblatt aus. Dann ist das 60-minütige Vorgespräch auch schon zu Ende.

Sechster Schritt: der erste Coaching-Termin. Jedes Coaching ist anders. In den meisten Fällen mache ich mir während der anderthalb Stunden Sitzung drei bis vier Seiten Notizen und fülle das wingwave-Formblatt mit dem Standardprozessverlauf aus. Extra notiere ich blockierende Glaubenssätze (z. B. Ich bin nicht gut genug) als Hypothese, die ich zu einem späte-

ren Zeitpunkt im Coaching dann via Myostatiktest prüfe.

Wichtige Erkenntnisse und Buchtipps bekommt der Kunde auf einem „Mitnahme-Zettel“ mit nach Hause, auch die besprochenen „Hausaufgaben“. Eine Kopie dieses Zettels geht in die Klarsichthülle. Der Kunde erhält zudem ein Handout mit Selbsthilfetipps und die Rechnung für den aktuellen Termin. In den ersten Jahren traute ich mich nicht, sie direkt zu überreichen und schickte sie stets per Post. Inzwischen konnte ich meine blockierenden Glaubenssätze dazu ablegen.

Siebter Schritt: Folgecoachings. Vor dem nächsten Coachingtermin lese

Neunter Schritt: Archivierung. Als Coach bin ich verpflichtet, alle Kundendokumente zehn Jahre aufzubewahren. Hier kann ein gutes Archivierungssystem helfen, viel Zeit zu sparen. Ich nutze ein abschließbares System, in dem ich die Klarsichtakte des Kunden alphabetisch einhänge. Happy End? Nach dem Coaching ist oft vor dem Coaching. Nach meiner Erfahrung buchen zufriedene Kunden binnen Jahresfrist mit anderen Themen erneut ein Coaching. Sobald der Kunde wiederkommt, aktiviere ich den Vorgang aus meinem Archiv, drucke ein neues Vorblatt aus, auf das die neuen Ziele passen.

Nach dem Coaching ist vor dem Coaching.

ich die bisherigen Notizen durch und mache mir neue Notizen. Im Folgecoaching frage ich dann nach den bemerkten Veränderungen, den Ergebnissen der Hausaufgabe und ob der Kunde mit den Selbsthilfetipps gut zurechtkam. Wir arbeiten wie gewohnt weiter an seinem Ziel, bis wir dies zur Zufriedenheit erreicht haben. Oft ist eine furchtbare Flugangst jedoch schon im ersten Coaching verflogen. Wie immer erhält der Kunde im Anschluss die bereits vorbereitete Rechnung. Sollte der Termin wider Erwarten länger oder kürzer gedauert haben, wird diese entsprechend angepasst und neu ausgedruckt oder im Nachgang per Mail als PDF-Datei geschickt. Ein neuer Termin oder ein weiteres Vorgehen (Kunde meldet sich) wird ausgemacht.

Happy End

Achter Schritt: Am Ende des Coachingprozesses erfolgt die Evaluation. Sobald der Kunde feststellen kann, dass sein Coachingziel erreicht ist, beenden wir diesen Prozess. Der Kunde kann einen Evaluationsbogen ausfüllen.

Sie haben bis hierhin durchgehalten? Das soll belohnt werden! Falls Sie eines meiner erwähnten Formblätter (z.B. Verträge, Coaching-Starterbrief, Evaluation) benötigen, schreiben Sie mir an mail@kleincoaching.de, Kennwort „Praxis Kommunikation“. Ich sende Ihnen die gewünschte Datei im Word-Format zur freien Verwendung zu. ◀◀



Zur Autorin

Tanja Klein

arbeitet als systemischer Coach mit dem Schwerpunkt *Ängste lösen* in Bonn. Sie unterstützt andere Coaches im authentischen Marketing.

LITERATUR

Manfred Prior: Beratung und Therapie optimal vorbereiten. Carl-Auer, 2016

Tanja Klein, Ruth Urban: Coach, your Marketing. Junfermann, 2012