

Sesión inicial (Sesión de descubrimiento)

La primera cita con el cliente se conoce como sesión inicial o sesión de descubrimiento. La duración de esta toma de contacto puede variar. Normalmente la sesión dura entre dos y tres horas, (a veces se divide en varias citas). Algunos *coaches* prefieren una toma de contacto presencial que se prolonga de varios días. O sea, que hay toda una variedad de formatos.

Es importante que te organices bien para el trabajo inicial con tus clientes. Ello le da un sello profesional a vuestra relación. Puede que dispongas de un cuestionario y de información adicional que les envías en cuanto acuerdas la primera cita. Es preferible remitir todo este material como mínimo una semana antes de la sesión, de modo que tengan suficiente tiempo para leer, completar y reenviarte la documentación antes de la cita.

La parte más importante de la sesión inicial es crear la relación con el cliente y diseñar la alianza. La siguiente lista contiene los elementos más comunes presentes en una sesión de descubrimiento y en la documentación correspondiente:

1. *Datos del cliente*: nombre, dirección, teléfono, fecha de cumpleaños, entorno familiar, empresa para la que trabaja, etc.
2. *Información acerca del cliente*: p. ej. clarificación de sus valores, propósito de vida, pasiones.
3. *Lo que el cliente espera conseguir del coaching*: p. ej. metas, objetivos, o bien áreas de desarrollo personal que les gustaría abordar en el coaching.
4. *¿Qué está ocurriendo en la vida del cliente en este momento?*: ¿Qué retos están afrontando? ¿Dónde están o no están en equilibrio en su vida?
5. *Diseño de la Alianza*: “¿Cómo quieres que esté contigo como *coach*?, ¿Qué clase de apoyo quieres de mí?”. Pide permiso para interrumpir, para plantearle retos y para que te rinda cuentas de sus compromisos (que asuma su responsabilidad).
6. *Entrenamiento del cliente el coaching*: peticiones, diseño permanente de la relación de *coaching*, comunicación abierta y honesta.
7. *Logística de la relación*: revisar el acuerdo de coaching, plantear expectativas claras acerca de los honorarios, las facturas, los pagos, determinar quién llama a quién, cómo planificaréis las sesiones, etc.
8. *Acordar los pasos siguientes o las tareas si procede*.
9. *Cobrar las sesiones* (si no lo has hecho todavía).

Experimenta en la sesión inicial para probar qué cosas funcionan mejor para ti y para tus clientes. Al principio, establece un margen de tiempo generoso para la cita, digamos de dos a dos horas y media, hasta que veas lo que quieres incluir y compruebes que manejas bien tus tiempos. Para ayudarte a diseñar el contenido de la sesión y la documentación iniciales, puedes hacerte las siguientes preguntas: “¿Qué necesito para establecer una alianza sólida y bien diseñada con este cliente?”, “¿Qué cosas serán útiles para crear las bases de una relación potente y fluida?”, “¿Qué necesito saber de esta persona para que pueda hacerle *coaching* de manera eficaz?”

Es importante que el cliente se responsabilice de la relación de *coaching* desde el principio; por tanto, es importante que los acuerdos sean claros y que el cliente entienda su responsabilidad en la relación. Muchos *coaches* firman un acuerdo o contrato con sus clientes que detalla lo que es el *coaching*, los honorarios, las expectativas acerca del pago, las normas acerca de la cancelación de sesiones, el tiempo de preaviso para la finalización de la relación, etc.

Recuerda que eres un profesional, que diriges un negocio y que estás estableciendo una relación profesional (incluso cuando estés haciendo una sesión gratuita). Haz lo que creas necesario para crear un entorno de profesionalidad y plantea expectativas claras. Eso no significa que no puedas mostrarte tal como eres, en tu versión más acogedora y cariñosa, sino que estás imprimiéndole un sello profesional a la relación.