

# COACHING *Brasil*

Supere seus desafios 2014 | maio | Ed. 12

## Coaching na Educação:

Contexto, Aplicação e Possibilidades



Desafios do  
Coaching na  
Educação

Coaching e  
APRENDIZAGEM

Como apoiar  
O GESTOR  
EDUCACIONAL

- 6 Um outro olhar**- Káritas de Toletto Ribas
- 8 Dossiê: Coaching na Educação** - Graça Santos
- 12 Dossiê: Coaching e Aprendizagem na perspectiva do Inner Game** - Ângela Teixeira
- 16 Dossiê: O Coaching pode apoiar o desenvolvimento de Gestores da Educação** - Clenir Streit
- 20 Dossiê: Coaching e o Gestor Educacional** - Júlio César Michelato
- 24 Da Teoria à Prática: Tipos Psicológicos e Coaching** - Lúcia Navarro
- 28 Ponto de Venda: Me formei em Coaching... e agora?** - Lucila Ferraz Marques
- 30 Para refletir: Mulher, Mãe, Profissional, Amiga, Educadora e Esposa** - Bibianna Teodori
- 34 Para refletir: Coaching para universitários** - Joana Darc Silva
- 36 Para refletir: Coaching Educacional** - Ligia Feitosa
- 38 Eu cada vez melhor: Foco, presença e atenção** - Carlos Legal
- 42 Como comecei** - Marcello Árias Dias Danucalov
- 46 Para mim foi assim** - Elisete Gonçalves
- 48 Eventos**
- 49 Quem contratar**
- 59 Onde estudar**

## Expediente

Revista Coaching Brasil  
Publicação mensal da  
Editora Saraswati  
ano I – num. 12 – Maio 2014  
**Diretor e Publisher**  
Luciano S. Lannes  
lannes@revistacoachingbrasil.com.br  
**Projeto gráfico e editoração**  
Estúdio Mulata  
danilo@estudiumulata.com.br  
**Projeto de Site**  
Mind Design  
marcelo@minddesign.com.br

## Editora Saraswati

[www.editorasaraswati.com.br](http://www.editorasaraswati.com.br)

Todas as edições da Revista Coaching Brasil estarão disponíveis no site para acesso exclusivo dos assinantes. O conteúdo dos anúncios publicados é de responsabilidade dos anunciantes. A responsabilidade pelos artigos assinados é dos autores. A Revista é um veículo aberto para a expressão de idéias e conceitos.

## Fale conosco

### Publisher

[lannes@revistacoachingbrasil.com.br](mailto:lannes@revistacoachingbrasil.com.br)

### Editorial

[contato@revistacoachingbrasil.com.br](mailto:contato@revistacoachingbrasil.com.br)

### Publicidade

[midia@revistacoachingbrasil.com.br](mailto:midia@revistacoachingbrasil.com.br)



# Me formei em coaching... E agora?

Como definir meus potenciais clientes?

Antes de definir quem são os potenciais clientes e como conquistá-los, comece estabelecendo as metas estratégicas. Sabendo o que você quer buscar com seu esforço de marketing, você conseguirá determinar onde, quando e quanto poderá investir de dinheiro e de energia.

É muito importante saber aonde quer chegar e para isso você deve definir as metas, que devem ser quantitativas, para que possa ser medida e saber o quão perto ou distante está de seu objetivo, veja alguns exemplos de metas:

- Conquistar 25 clientes novos até o final do ano;
- Fechar 8 propostas em empresas de projeto de coaching executivo até o final do ano;
- Dobrar o número de clientes

em 3 meses;

- Incrementar 100 nomes na lista de e-mails nos próximos 3 meses;
- Participar de pelo menos 5 eventos de coach no ano;

Certifique-se de ter pelo menos duas ou três metas antes de começar o plano de comunicação, para suas ações darem suporte a sua meta e por consequência ao seu objetivo.

Bem, agora que já sabe o que quer conquistar você precisa saber para quem deve direcionar seu plano de comunicação, ou melhor, como identificar o seu cliente potencial. Identificar quem pode vir a ser o seu nicho de mercado é 50% do caminho andado para se chegar até quem você quer.

Para ajudar nesta identificação, imagine como um retratista pinta uma pessoa. Ele investe bastante tempo na observação. Presta atenção na pele, percebe a cor, a textura, as roupas e busca a essência que está sendo exposta. Para definir o seu cliente potencial, você deve ter a mesma fascinação, compromisso e envolvimento que o retratista. Quanto mais souber sobre seu potencial cliente, melhor será a conexão com ele, o investimento de energia e dinheiro.

Reserve alguns minutos e responda as perguntas abaixo, mesmo que você não tenha os dados precisos. Lembre-se dos clientes que já trabalhou ou aqueles que queira trabalhar.

1. Seu cliente potencial é ho-



- mem, mulher ou ambos? Qual o grau de instrução?
2. Quantos anos têm? Qual a renda?
  3. Seu cliente trabalha? Qual a Profissão? Tem alguma área específica?
  4. Estado civil, filhos, bichos de estimação.
  5. Onde costuma fazer as compras, como gasta seu dinheiro? lazer, viagem, roupas
  6. Como se informa? TV, radio, revista, livro, jornal, internet
  7. Qual a descrição de sua personalidade?
  8. O que eles gostam ou desgostam?
  9. Como se divertem? O que os motiva? Clubes, associações, redes sociais.
  10. Quais são os principais valores para eles? Qual a visão política deles?

Você deve ter encontrado grupos diferentes de pessoas para ser seu potencial cliente. Se isso aconteceu, responda estas questões para cada grupo. Quando tiver a noção de seu cliente ideal, escreva uma pequena descrição montando esse perfil. Esses dados são as suas dicas para ter escolhas mais assertivas de como irá se comunicar com ele e qual as melhores formas de obter sua atenção.

Deixe sua imaginação fluir e como nas produções de filmes, faça um esboço do personagem; permita-se criar um pequeno briefing de seu cliente descrevendo um dia típico – rotina de seu cliente ou um caso que represente a essência dele, isto o ajudará a focar em sua comunicação e venda. Pergunte a você mesmo: -Como ela/ele chegou onde está? Aonde ela/ele quer chegar? Quais são os

maiores desafios, preocupações ou problemas? Faça isso de forma simples e seguindo a sua intuição.

Veja alguns exemplos:

**CLIENTE COACHING EXECUTIVO:** Meu cliente ideal é alguém como Renato, com seus quarenta e poucos anos que adora números e planilhas, tem um raciocínio rápido e assertivo. Ele tem um estilo pessoal definido e tem uma missão de ser único e fazer a diferença na empresa, os budgets elaborados por ele refletem bem isso. Ele dá suporte ao controller, informando as expectativas e previsões de faturamento e custos. Ele prefere morrer a ter que fazer uma apresentação de seu trabalho para uma platéia, mesmo que pequena. Ele não tem muito jeito em lidar com pessoas, prefere trabalhar em uma sala sozinho, sem muito barulho e conversas. Pelo mérito de seu trabalho bem feito e de qualidade, ele foi promovido a gerente financeiro da empresa. Agora sua missão é liderar um grupo de 5 pessoas diretamente e se responsabilizar pela prestação de contas do budget. Renato esta muito confuso de como irá liderar essas pessoas, o que tem que dizer a elas e esta mais angustiado ainda porque terá que fazer uma apresentação para o "board" da empresa no final do mês.

**CLIENTE COACH DE CARREIRA:** Rita é uma profissional de sucesso que trabalhou em uma empresa durante 18 anos. Ela se formou em uma conhecida e respeitada universidade. Ela é muito inteligente e experiente. Quando alcançou o auge de sua carreira, ela estava esgotada e não tinha

certeza do caminho que tinha escolhido. Ela teme que sua carreira tenha custado o seu equilíbrio e a verdadeira paixão da sua vida por ter sido uma profissional de sucesso. Ela gasta seu dinheiro em livros de autoajuda, workshop de crescimento pessoal e retiros de descanso. Um dia ela estava lendo um artigo "o que devo fazer com minha vida", e foi ai que percebeu que não faria mais progresso quanto queria. Ela estava disposta a investir em um coaching de carreira, pois estava com medo de admitir que não poderia fazer isso sozinha. Estava preocupada que se não agisse agora, ficaria presa no mesmo lugar.

**CLIENTE COACH DE VIDA:** Meu cliente ideal é jovem, recém-casado, com cachorro, em ascensão. Ricardo e Bruna são apaixonados por Tobi, seu cãozinho. No final de semana, eles levam Tobi na praça. O casal adora liberdade, aventura e divertimento. Saem bastante a noite e gostam de fazer compras no shopping. No verão vão para praia e no inverno gostam de ir para a fazenda de amigos. Eles tem um apartamento moderno, tipo loft, decorado com peças "artnouvea". A mãe de Bruna, que é muito simpática e mora no interior, passou por problemas financeiros e teve que vender sua casa. Ela virá morar com o casal daqui a 3 meses. Ricardo teme que a vinda da sogra atrapalhe seu casamento, sua liberdade e sua vida. Está muito chateado com essa história, mas não quer magoar sua esposa. Sua questão é como irá conciliar a vida do casal com a vinda da sogra, com o mesmo estilo de vida. 🌀

