



Coaching
Ejecutivo
Global





El Valor del Coaching percibido por el Cliente



Valor del ¿QUE ES? Coaching



COACHING = SERVICIO

¿EN QUE ENFOCA
USTED SU COACHING?

*En escuchar
las
necesidades
del cliente*

*En los
resultados del
Coaching*



LOS ESCENARIOS QUE ENFRENTAMOS

CONOCIMIENTO
DEL COACHING

BAJO

MEDIO

ALTO

BENEFICIOS DEL
COACHING

NO LOS VE

LOS ENTIENDE

LOS USA

VALOR
INTRINSECO E
INVERSION

ALTO

ALTO

ROI

LOS ESCENARIOS QUE VE UN COACH

CONOCIMIENTO
DEL COACHING

BAJO

MEDIO

ALTO

BENEFICIOS DEL
COACHING

NO LOS VE

LOS ENTIENDE

LOS USA

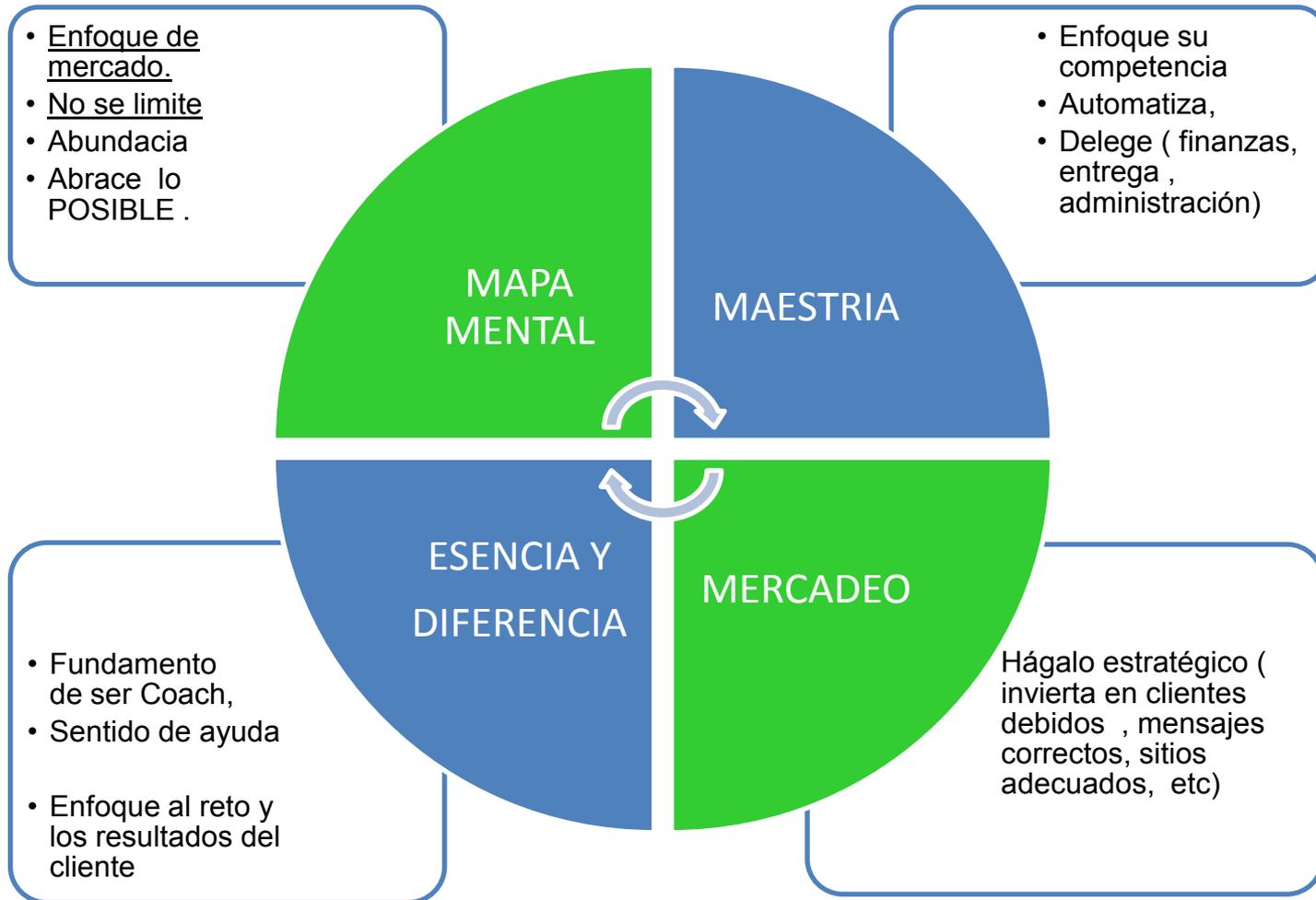
VALOR
INTRINSECO E
INVERSION

ALTO

ALTO

ROI

4 AREAS PARA INCREMENTAR EL INTERES EN EL COACHING



3 POSIBLES RESPUESTAS DEL CLIENTE Y COMO ABORDARLAS

“Gracias, no lo necesito”

- Cómo el cliente tiene claridad de una alternativa?

“Lo puedo resolver internamente”

- Cuáles son los recursos internos con que cuenta y cuál es la manera en que alcanzará sus resultados?

“Hagámoslo juntos”

- Cuál es la sinergia que construyó con el cliente para alcanzar sus resultados?

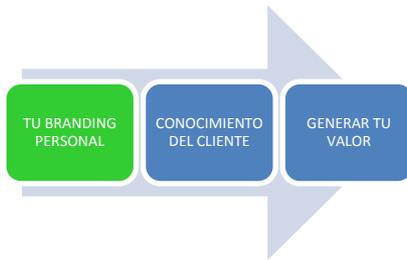
COMO CONSTRUIR VALOR EN TU COACHING

TU MARCA
PERSONAL

CONOCIMIENTO
DEL CLIENTE

GENERAR TU
VALOR

TU MARCA (BRANDING) PERSONAL



Crear una marca personal AUTÉNTICA Y ÚNICA a partir de tu **IDENTIDAD** y **PROPOSITO** de vida .

Es acerca de buscar CLARIDAD

Crear una marca personal auténtica debe reflejar **QUIEN ERES**

Crearás una vida que estará enriquecida por la atracción natural que emanas desde este **SER**

Crear marca es acerca de Entenderte a ti mismo

Si lo logras,
serás
reconocido
por tener una
marca
personal
distintiva,
relevante,
fuerte,
memorable.

CONOCER AL CLIENTE Y SU CONTEXTO

TU BRANDING PERSONAL

CONOCIMIENTO DEL CLIENTE

GENERAR TU VALOR

Estrategia Corporativa

Diseño de la Estrategia de Coaching

Alineación

**Objetivos y Metas individuales
Profesionales/
Personales,
Roles y
Responsabilidades**

Objetivo Corporativo primordial y metas del proyecto de Coaching, Roles y Responsabilidades

**Desempeño,
Cambio y Transformación =
Resultados y Satisfacción del
Cliente**

CALCULANDO EL RETORNO DE LA INVERSION EN EL COACHING

TU BRANDING PERSONAL

CONOCIMIENTO DEL CLIENTE

GENERAR TU VALOR

1. **Estimar el porcentaje del valor que puede ser directamente atribuido al coaching ejecutivo** (20%, 50%, etc.). Multiplicar por el valor la situación impactada por el porcentaje atribuible al coaching. ($\$75,000 \times 66\% = \$50,000$) para calcular el valor de impacto inmediato .
2. **Calcula y resta el costo Total del Coaching Ejecutivo.** Calcula lo que se pago al coach y el valor del tiempo que le dedicó el ejecutivo a esto basado en su costo de salario hora. Por ejemplo , si el costo del coaching fue \$9,000 y el valor de no haber estado en el puesto es \$4,000, el costo total del coaching fue \$13,000. Resta este costo total del coaching (\$13,000) del valor inmediato calculado en 1. ($\$50,000$) para obtener el neto del retorno a la inversión = \$37,000.
3. **Finalmente , divide el ROI (\$37,000) por el costo del coaching (\$13,000), asi** $37 \div 13 = 2.85$.

El ROI es entonces 285%.

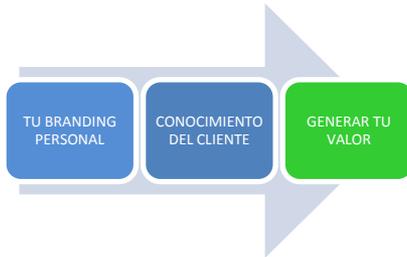
CALCULANDO EL RETORNO DE LA INVERSION EN EL COACHING



La formula luce así

$$\frac{([\text{total valor x \% atribuido al coaching}] - \text{costo coaching}) \times 100}{\text{Costo Coaching}} = \text{ROI}$$

DAR VALOR A TU COACHING



- Crear necesidad de integrarlo sin ruido.
- Aprende a usarlo para lograr resultado y no solución de problemas.
 - El Coach como parte del EQUIPO “sparring” o parte de equipo de pits en las carreras de autos.
- El Coach se convierte en un recurso vital para construir claridad y tomar decisiones y acción.
 - Encontrar el valor y el costo de oportunidad de no obtener los resultados que desea.

DAR VALOR A TU COACHING

TU BRANDING PERSONAL

CONOCIMIENTO DEL CLIENTE

GENERAR TU VALOR

Resultados Tangibles Empresariales (RTE) Determina el valor promedio en Dólares actuales. (Escribalo en miles) Determine el % de cambio que espera en cada una de ellas. Observe los valores que puede obtener por crecimiento o por ahorro.

Resultados Intangibles Empresariales (RIE) Defina el nivel en que que se encuentra en cada escala. Escriba el nivel en que desea estar al finalizar el proceso de Coaching. Identifique un valor en Dólares que usted estará dispuesto a pagar por cada punto de ascenso en las escalas para su empresa. Obtendrá un valor estimado de lo que hoy recibe por su nivel y un valor esperado de lo que podrá recibir. **NOTA: Las Escalas SON DE 1 a 9.** Donde 1 es el menor nivel y 9 el

ROI EMPRESARIAL... Que es el resultado final de su empresa que puede recibir como retorno de su inversión. Es vital que usted como decisor analice que condiciones están fijas en su empresa para alcanzar esta objetivo y también a que realmente sea usted quien lidera en este proceso. Considere las grandes aspiraciones y bienestar a una gran inversión para usted, su gente y su prometedora futuro empresarial.

Empresariales

TANGIBLES (POR EL PERIODO DEL COACHING)

ITEM	Valor Actual	X de Cambio	Valor Estimado Esperado
X Inversión en ventas	\$ 5,000	20%	\$ 600
X Inversión	\$ 5,000	100%	\$ 5,000
X Inversión de salarios	\$ 4,000	100%	\$ 4,000
X Inversión en capital	\$ -	0%	-
X Inversión en Utilidad	\$ 1,000	0%	-
X Reducción de inventarios	\$ -	0%	-
X Diminución de inventarios	\$ -	0%	-
X Diminución Depreciación	\$ -	0%	-
X Diminución Costos	\$ -	0%	-
X Diminución Gastos	\$ -	0%	-
X Diminución de impuestos	\$ -	0%	-
Otra	\$ -	0%	-
Otra	\$ -	0%	-

Ingresar por crecimiento
████████

Ingresar por Ahorro
\$ -

INTANGIBLES (POR EL PERIODO DE COACHING)

Escala	Nivel Actual	Nivel Esperado	Valor US	Valor del Intang	Valor del Intangible
Escala de Creditos	4	6	4000	6000	6000
Escala de Claridad en Visión	6	6	6000	6000	6000
Escala de Liderazgo	6	7	6000	7000	7000
Escala de Motivación	7	8	7000	8000	8000
Escala de Clima Organizacional	5	6	5000	6000	6000
Escala de Talento Capital	5	6	5000	6000	6000
	-	-			
	-	-			

Valor Ingreso por Intangible
████████ ██████████

Inversión en Coachin ██████████

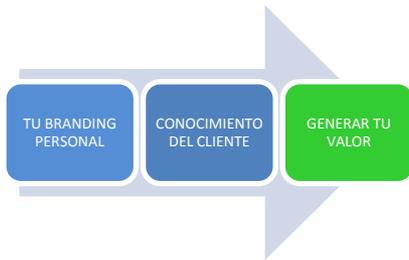
Ingresos por Tangible ██████████

Ingresos por Intangible ██████████

ROI EMPRESA

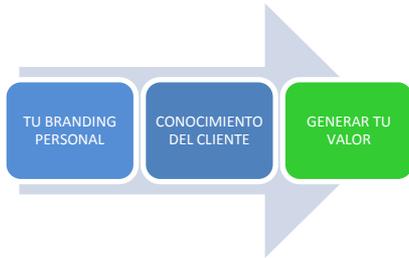
113%

UN CASO REAL



COMO
PERCIBE UN
CLIENTE EL
VERDADERO
VALOR DEL
COACHING?

UN CASO REAL



ESPECIAL AGRADECIMIENTO A : MARIA GOMEZ NAVARRO

TELEFONICA

**QUEREMOS
DEJAR
HUELLA EN
LOS
RESULTADOS
DEL CLIENTE**

