



# E6-HERRAMIENTAS PARA CREAR UN PLAN DE ACCIÓN

S6-S7, USAR SEGÚN CONVENIENCIA



# E6- herramientas para cohear

Herramientas para crear un plan de acción

- 01 Modelo GROW;
- 02 modelo SMART.



# Modelo



Goal  
*Metas*



Reality  
*Realidad*



Options  
*Opciones*



Will  
*Acción*



# GROW

## DEFINICIÓN

Herramienta utilizada para el planteamiento del objetivo.

## FUNCIONALIDAD

Analizar la viabilidad del objetivo establecido respondiendo a cada una de las preguntas de los cuadrantes

G objetivo

R En qué punto se encuentra la persona con respecto al objetivo.

O Qué opciones tiene para alcanzar el objetivo.

W Ponerse en acción

## UTILIDAD

Al ver el objetivo planteado de forma gráfica puedes identificar y eliminar todas las creencias que te limitan en el logro del mismo.

# Modelo



Goal  
*Metas*



Reality  
*Realidad*



Options  
*Opciones*



Will  
*Acción*



# Modelo



Goal  
*Metas*



Reality  
*Realidad*



Options  
*Opciones*



Will  
*Acción*

## Meta

Establece una meta con tu cliente.

## Realidad

Evalúa su realidad con respecto a esa meta.

## Opciones

Pregúntale cuáles opciones tiene para alcanzarla.

## Acción

Define el plan de acción.





# Modelo

**S M M A R T T**

Specific  
*Específico*

Measurable  
*Medible*

Attainable  
*Alcanzable*

Relevant  
*Retador*

Time - based  
*Medible en el  
Tiempo*



# SMART

## DEFINICIÓN

Es una herramienta que se utiliza para la planificación de objetivos.

## FUNCIONALIDAD

Al aplicar la metodología Smart a un objetivo, podrás determinar si este es viable o no.

## UTILIDAD

Es una herramienta comprobatoria, que te ayuda a ver la posibilidad de la realización del objetivo evitando así pérdidas de tiempo y dinero.

Modelo

# SMART

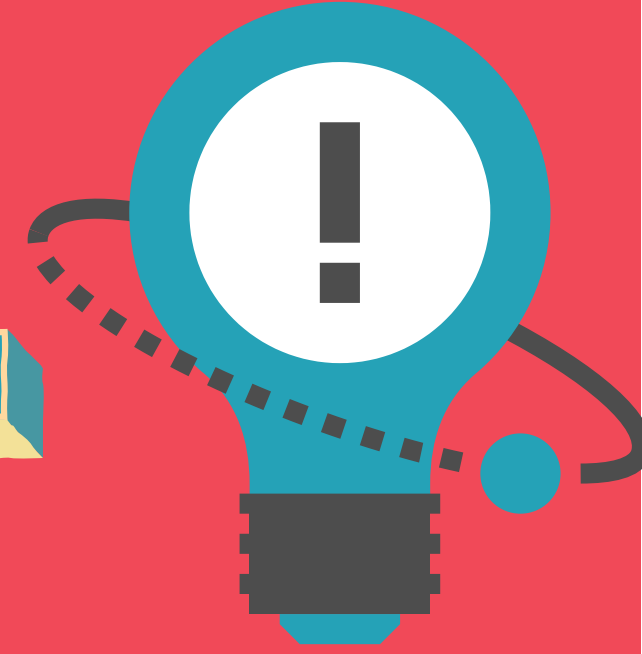
Specific  
*Específico*

Measurable  
*Medible*

Attainable  
*Alcanzable*

Relevant  
*Retador*

Time - based  
*Medible en el  
Tiempo*



# Modelo



Specific  
*Específico*

## Específico

El objetivo planteado debe ser específico, detallado.



Measurable  
*Medible*

## Medible

El cliente debe saber cómo medir el logro del objetivo.



Attainable  
*Alcanzable*

## Alcanzable

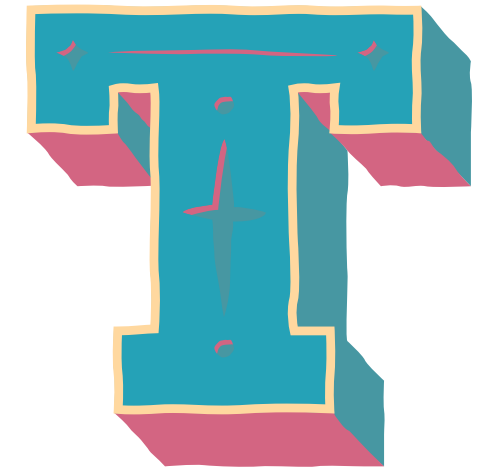
El cliente debe comprobar que es posible alcanzar el objetivo.



Relevant  
*Retador*

## Retador

El cliente debe estar muy motivado en alcanzar el objetivo.



Time - based  
*Medible en el  
Tiempo*

## Tiempo

El objetivo debe tener fecha de cumplimiento.

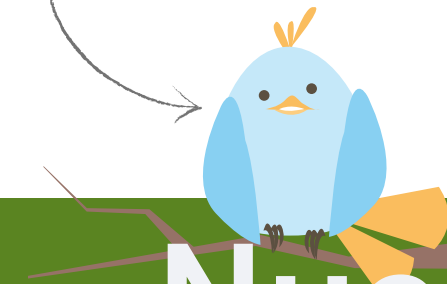




# Filosofía y método para cohear al estilo Co-Alas



Carlitos



## Nuestras premisas

- El *coach* tiene las preguntas, el cliente tiene las respuestas.
- Coaching en positivo, con PNL (para el manejo de las emociones)
- Todas las emociones son buenas
- No existe la perfección
- Creemos en la excelencia.

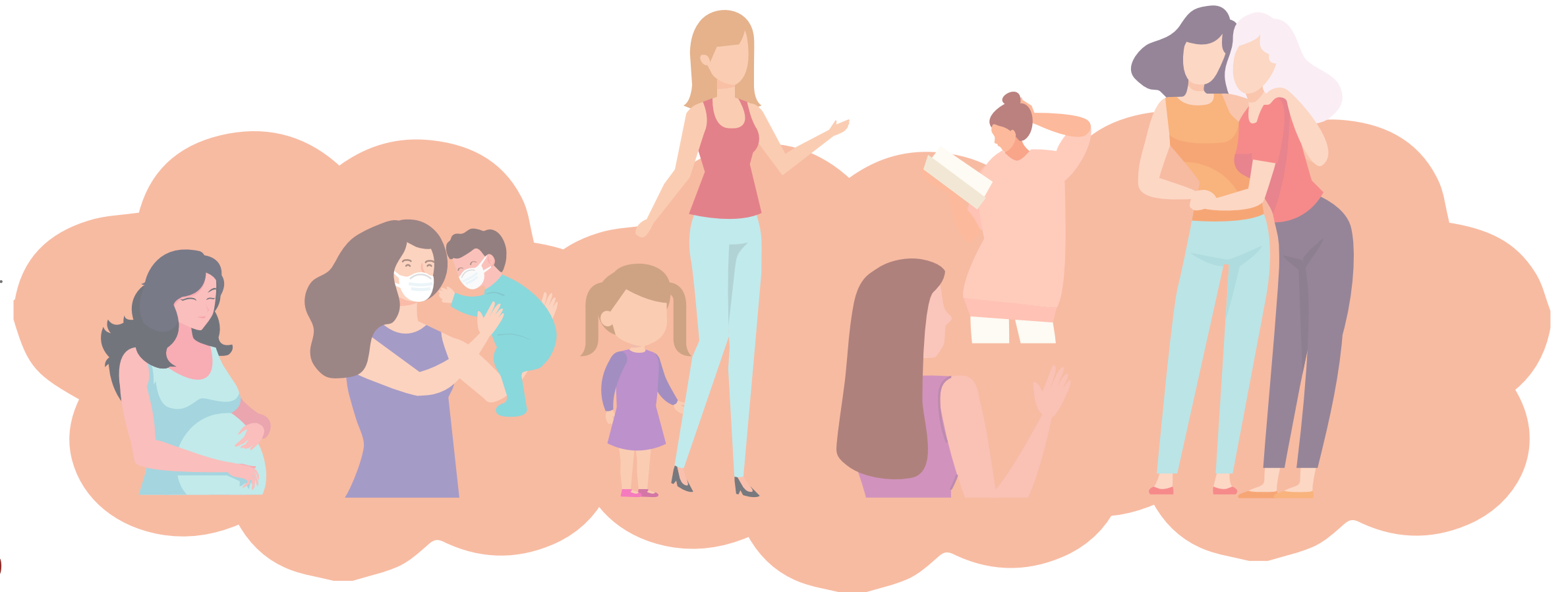


## Ejemplo: **Pregunta débil**

Cliente: El momento en que dijimos adiós a mi hija, y la dejamos en la universidad, ha sido uno de los más tristes de mi vida.

Coach: ¿Qué es la tristeza para tí?"

Cliente: ...*(dos minutos de llanto incontrolable)*



## Ejemplo: **Pregunta poderosa**

Coach: ¿Qué específicamente te pone triste de esa situación?

Cliente: Creo que nos vamos a alejar.

Objetivo:

- 1.) Cambiar el enfoque: ¿Qué te hace pensar eso?"
- 2.) Cambiar lo que suprimimos, ver lo que no vemos: ¿Cuál es la alternativa?
- 3.) Cambiar los recursos con los que contamos: ¿Qué puedes hacer?

“El dolor es inevitable, el sufrimiento es opcional.”

*- Budha*

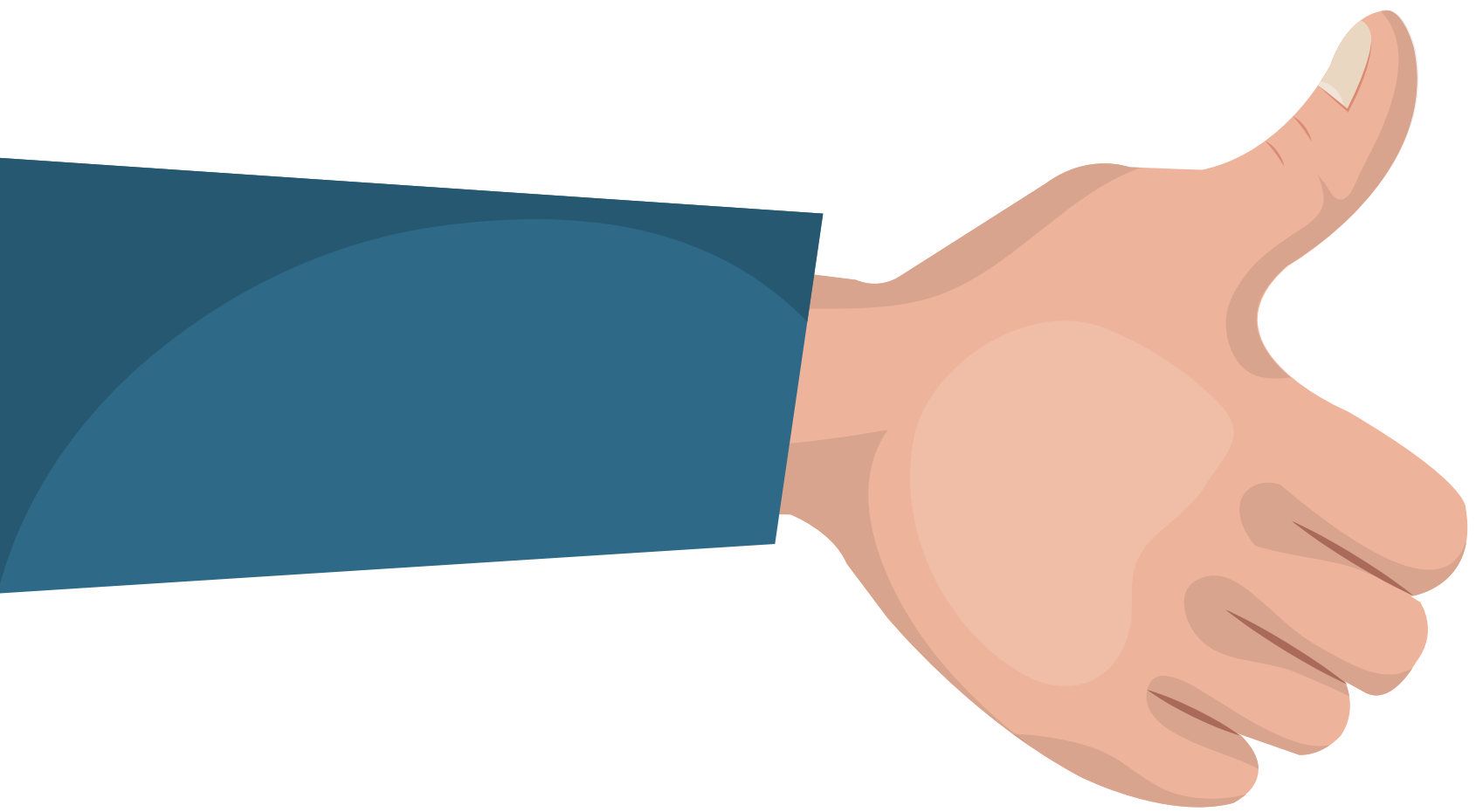


# HERRAMIENTAS PARA COCHEAR

GRUPO 2-AUTOCONOCIMIENTO

## Lo bueno

---



## Lo nuevo

---

