

KODEKS ETYCZNY COACHINGU W SKILLS.PL

Celem kodeksu etycznego jest określenie zasad etycznych stosowanych w trakcie coachingu z klientami dzięki którym sesje przyniosą maksimum korzyści obu stronom relacji coachingowej.

W kodeksie stosowane są następujące pojęcia, których znaczenie zostało wyjaśnione poniżej:

- Coaching – działalność (w niektórych przypadkach finansowana przez sponsora) którą wykonuje coach, która ma na celu rozbudzenie i wykorzystanie pełnego potencjału klienta w celu samodzielnego rozwiązania problemów i wyzwań przed którymi ten stoi
 - Coach – osoba wykonująca zawód, którego celem jest wspieranie klientów na ich drodze do wykorzystania swego pełnego potencjału w celu rozwiązywania wyzwań, problemów, oraz osiągania celów określonych przez klienta
 - Klient – osoba, która jest w stanie samodzielnie rozwiązać swoje problemy lub wyzwania, wymagająca jednak pomocy ze strony coacha w uświadomieniu sobie tych możliwości
 - Sponsor – osoba lub organizacja, która finansuje pracę coacha z klientem
 - Relacja coachingowa – relacja w której występują coach i klient w trakcie sesji coachingu.
1. Klient poszukując odpowiedniego wsparcia kieruje się informacjami na temat wykształcenia, doświadczenia i kwalifikacji coacha z tego względu:
 - coach podaje tylko zgodne z prawdą informacje na temat swojego doświadczenia, certyfikatów, kwalifikacji i referencji,
 - nie zawyża ilości godzin zrealizowanych coachingów, ani nie powołuje się na klientów, którym nie świadczył usług,
 - nie podaje w celu zdobycia klienta nieprawdziwych lub nierealnych korzyści lub rezultatów których może spodziewać się klient.
 2. Coaching jako relacja ma na celu wsparcie klienta w samodzielnym znalezieniu rozwiązania swoich własnych problemów. Z tego powodu:
 - coach nie ocenia klienta, ponieważ akceptuje fakt, że inne osoby mogą posiadać odmienny od niego system wartości,
 - coach nie podaje rozwiązania problemów klientowi, ponieważ czyniąc to ogranicza zdolność klienta do wykorzystania ukrytego w nim potencjału,
 - klient jest odpowiedzialny za swoje życie i decyzje które w nim podejmuje, z tego względu coach nie powinien sugerować rozwiązania, ponieważ nie on będzie ponosił konsekwencje tych decyzji.
 3. Relacja pomiędzy coachem, a klientem jest powinna bazować na wzajemnym zaufaniu, dlatego:
 - informacje przekazywane przez obie strony mają charakter poufny, chyba, że któraś ze stron zezwoli na ich upublicznienie,

- coach nie może wykorzystywać danych klienta, ani informacji na jego temat bez jednoznacznej zgody klienta.
4. Odpowiedzialnością coacha jest by dane dotyczące klienta nie trafiły w niepowołane ręce w związku z tym:
 - przechowuje dane klienta w sposób bezpieczny dla tych danych i klienta,
 - nie udostępnia ich osobom niepowołanym o ile udostępnienia ich nie zażądają organy państwa na podstawie odpowiednich przepisów,
 - utrzymuje dane osobowe klienta w sposób, który nie pozwoli połączyć notatek z sesji z danymi osobowymi klienta.
 5. Coach tak jak inne osoby jest tylko człowiekiem, oznacza to jednak, że:
 - coach szanuje klienta jako często różną od niego samego jednostkę bez względu na to jak różne systemy wartości lub punkty widzenia oboje reprezentują,
 - w przypadku, gdy coach nie jest w stanie zaakceptować różnic powinien zrezygnować z relacji coachingowej.
 6. Coaching jest różny od terapii, doradztwa, oraz mentoringu, z tego względu:
 - coach rozpoznając, że klient wymaga innego rodzaju wsparcia kieruje go do odpowiedniego specjalisty,
 - coach nie próbuje świadczyć usług wykraczających poza coaching, w ramach kontraktu coachingowego, zdając sobie sprawę z konsekwencji takiego zachowania.
 7. Coaching jako usługa jest związany z wynagrodzeniem dla coacha w związku z tym:
 - coach określa jednoznacznie warunki finansowe przed rozpoczęciem relacji z klientem, aby uniknąć nieporozumień i negatywnego wpływu na wzajemne relacje,
 - wszelkie wynagrodzenia uzyskiwane przez coacha dotyczące skierowania klienta do innego specjalisty powinny być znane klientowi przed przekazaniem rekomendacji.
 8. W przypadku, gdy za usługę świadczoną przez coacha płaci inna osoba (sponsor) coach bierze następujące elementy pod uwagę:
 - sposób wymiany informacji pomiędzy sponsorem, klientem, a coachem zostanie uzgodniony na początku relacji coachingowej,
 - każdorazowy fakt przekazania informacji na temat klienta sponsorowi zostanie uzgodniony przez coacha z klientem przed jej udostępnieniem.
 9. Coaching jest relacją profesjonalną i taką powinien pozostać dlatego:
 - w przypadku, gdy coach zauważy, że oczekiwania klienta wykraczają poza ramy profesjonalne powinien przerwać relację coachingową,
 - gdy coach stwierdzi, że jego oczekiwania w stosunku do klienta wykraczają poza ramy profesjonalne powinien wycofać się z relacji coachingowej,
 - przerwanie relacji coachingowej powinno nastąpić po przedstawieniu powodu dla którego relacja coachingowa nie powinna być kontynuowana.
 10. W trakcie relacji coachingowej może wystąpić konflikt interesów, w takiej sytuacji:

- coach przedstawi konflikt interesów klientowi i zaproponuje przerwanie relacji,
 - w przypadku, gdyby inne relacje mogły mieć wpływ pozytywny lub negatywny na relację coachingową coach poinformuje o tym klienta i wspólnie z klientem uzgodnią dalsze kroki.
11. Coach jest odpowiedzialny za swoją zdolność do świadczenia usługi coachingowej co oznacza, że:
- coach musi na bieżąco podnosić swoje kwalifikacje i utrzymywać aktualną wiedzę na temat modeli i technik coachingowych,
 - odpowiedzialność za stan psychiczny coacha spoczywa na nim więc powinien on dbać o swój stan zdrowia, nastawienie i stan emocjonalny,
 - w przypadku, gdy coach zauważy, że jego zdolność do świadczenia usługi coachingowej została obniżona (ze względu na chorobę, przemęczenie, stosunki osobiste) powinien przerwać świadczenie usługi i poszukać pomocy odpowiedniego specjalisty.
12. Coach pomimo tego, że nie ocenia klienta i jego zachowania, potrafi przekazywać innym osobom swoją wiedzę lub spostrzeżenia innym osobom poprzez książki, artykuły i publikacje. Robiąc to bierze jednak następujące kwestie pod uwagę:
- wykorzystując materiały, które nie są jego autorstwa podaje źródło uznając i szanując prawa autorskie innych osób,
 - prowadząc badania robi to w sposób obiektywny i staranny tak by nie zniekształcać wyników tak by dopasować je do swoich potrzeb.
13. Coach jest przedstawicielem odrębnego zawodu co powoduje, że:
- zachowanie coacha jest wizytówką całej profesji z tego względu powinien brać to pod uwagę świadcząc swoje usługi,
 - coach powinien być członkiem jednej z organizacji coachingowych by na bieżąco wymieniać informacje i utrzymywać relacje z innymi przedstawicielami zawodu,
 - coach słysząc o zachowaniu innego coacha, które naraża na szwank reputację całego zawodu powinien to zgłosić odpowiedniej organizacji do której tamten coach przynależy.
14. Relacja coachingowa ma swój początek i koniec dlatego:
- coach akceptuje prawo klienta do przedwczesnego przerwania relacji coachingowej,
 - również coach ma prawo do przerwania relacji coachingowej w sytuacji, gdy klient nie czyni postępów.
15. Coach musi brać przede wszystkim pod uwagę interes klienta z tego względu:
- jest odpowiedzialny za przerwanie relacji w sytuacji, gdy klient nie zyskuje w wyniku sesji coachingowych,
 - zaproponuje innego coacha gdyby był bardziej odpowiedni dla klienta.