

El coaching ejecutivo y el marketing

¿Qué relación tienen estos conceptos? A criterio de Patricia Cánepa, vicepresidente, DBM Perú, ambos están enfocados en mejorar las habilidades de liderazgo de los mejores ejecutivos.

1 El trabajo parte desde dónde está uno hoy, y hacia dónde debe dirigirse para conseguir los objetivos y resultados que la empresa espera de él o ella. Durante un periodo de seis meses, en sesiones de hora y media, cada dos o tres semanas, se trabaja con una visión, objetivos y estrategias traducidas en plan de acción, tal como en el marketing personal.

2 Involucra a los diversos grupos de interés. A través de la realización de una extensa batería de pruebas y una evaluación de 360 grados, se obtiene información valiosa de uno mismo y del entorno, incluyendo retroalimentación del jefe, colegas y colaboradores. Es el equivalente a la investigación de mercado del marketing personal.

3 Esta información se analiza exhaustivamente con la ayuda del coach. Es reveladora y genera el deseo de cambiar porque suele ser la primera vez que el coachee se pone un espejo por delante para ver cuál es la percepción que otros tienen del él.

4 Con esta información, el coachee elabora el plan de acción, pero con la orientación de un coach experimentado. Se definen las acciones que se llevarán a cabo en los próximos meses que contri-

buirán a que se consigan los objetivos.

5 A medida que se ejecuta el plan, hay retroalimentación, se evalúan avances y logros, se afina el plan de acción y se miden los resultados finales a través de la apreciación de los grupos de interés y una segunda evaluación 360.

6 Para que el coaching funcione, debe existir el compromiso involucramiento de la empresa, del jefe y del coachee. Quienes tienen el privilegio

de ser seleccionados a hacer un coaching ejecutivo, deben querer hacerlo, ya que sin compromiso no existirá la disciplina necesaria para llevarlo a cabo con éxito.

7 El coaching ejecutivo es un elemento retenedor. Quienes son seleccionados valoran el tener un espacio confidencial, enfocado en ellos, para iniciar un proceso de transformación personal asistida, que contribuye a mejorar su liderazgo, empleabilidad y, por ende, su marketing personal.