

# OP ZOEK NAAR KLANTEN

"Ik ben coach en ben op zoek naar een coach", was de opening van een digitaal reactieformulier van onze website. Het is de plek waar mensen hun 'verhaal' kwijt kunnen, zodat wij voor hen een passende coach kunnen vinden. "Ik heb een volwaardige studie coaching achter de rug, maar op één of andere manier krijg ik geen klanten", was de opmerking die al wat meer van de aanleiding voor een mogelijk traject verraadde. Ik belde hem meteen. De klant in spé deed in het telefoongesprek meer uit de doeken. "Ik zoek een ervaren coach, met een goedlopende praktijk die mij kan helpen mijn commerciële vaardigheden te ontwikkelen. Als ik éénmaal een traject heb, dan gaat het wel goed, maar ik heb te weinig trajecten." Ik dacht: "Waar heb ik dat meer gehoord. Is dat niet de klaagzang die veel coaches zingen?" Het was ooit ook mijn liedje. Mijn reactie op de vraag van de mogelijke cliënt was: "Wel, daar is wel wat aan te doen en dit lijkt mij wel een traject waar ik u specifiek bij kan helpen. Ik ben al 35 jaar zelfstandig ondernemer, coach sinds 1993 en over klanten heb ik niet te klagen. Hoe klinkt dat voor u?" Nou, hij wilde wel een afspraak.

Zoals bij elk eerste gesprek begon ik iets te vertellen over wie ik ben en hoe ik meestal te werk ga. Eventuele vragen beantwoord ik. Daarna

voel ik mij vrij genoeg om met volle aandacht naar de cliënt te kunnen luisteren. Ik vraag de cliënt zich kort voor te stellen en stel dan vragen over zaken die ik relevant acht voor het traject. Aangezien het hier om businesscoaching ging, richtten mijn vragen zich op de commerciële kant van zijn praktijk en nu nog even niet op de persoon als coach, want daar was niets mis mee, zei de cliënt. "Wat heeft u tot nu toe zoal gedaan om aan klanten te komen", was één van mijn vragen. "Alles al", was zijn antwoord. "Okay" zei ik, "da's veel. Dus u netwerkt, adverteert, heeft een aantrekkelijke website, nodigt veel mensen uit voor vrijblijvende kennismakingsgesprekken en bijna iedereen die u kent weet wat u voor werk doet." "Adverteren werkt niet, netwerken ook niet en dat vind ik ook niet leuk", was zijn reactie. Zijn website zag er inderdaad netjes uit, dus begon ik wat verder te vissen. Daarnaast deed ik een aantal suggesties om te kijken hoe hij daarop reageerde. Ik meende dat er toch 'iets' te ontwikkelen zou moeten zijn en was oprecht geïnteresseerd te weten wat nu de reden was van het uitblijven van klanten. Maar wat ik ook probeerde, hij wist eigenlijk alles al. Ik stelde hem voor in het volgende gesprek al zijn acties meer in detail te gaan onderzoeken en het toch ook over zijn stijl van coachen te hebben en vroeg hem hoe hij het gesprek had ervaren. "Ik vind u geen coach. Ik voel mij niet begrepen. Een coach hoort alleen maar vragen te stellen", stelde hij. Hij had uiteraard gelijk: ik begreep hem niet.

Nu heb ik al veel verschillende en overigens uiterst tevreden mensen in mijn praktijk gehad en er volgt eigenlijk altijd een traject op een intakegesprek. Dit had ik dus nog niet eerder meegeemaakt. Aangezien ik graag leer ben ik benieuwd hoe mijn collega coaches een klant coachen die zó zelfverzekerd is dat er weinig ruimte is voor leren.

EN NU?



## Marius Frank

### Met de goede pet op

#### Een andere start?

De blijkbaar succesvolle coach is misschien in de val gestapt: 'ik zal eens laten zien hoe goed ik inderdaad ben'. In welk coachtraject dan ook, is het toch zo belangrijk om een eerste gesprek helemaal te besteden aan 'waarom wil ik gecoacht worden'. Keuzes daarin liggen bij de klant en niet bij de coach. De werkelijke vraag boven krijgen kan alleen door heel veel te vragen en vooral ook door te vragen en ook nog eens heel goed te luisteren. Is het niet zo dat in het goed begrepen worden de basis ligt voor acceptatie door een klant? Veronderstellen dat je het probleem al kent is in elk geval een verkeerde start. Of het voor de klant nu zo fijn is om een uitvoerig verhaal over de 'standaard' aanpak van de coach te horen is natuurlijk de vraag. Een teken van extra twijfel over het professionalisme van de coach in dit verhaal.

#### Inhoudelijk advies of persoonlijke coaching?

In dit geval richt de coach zich vooral op de inhoudelijke vraag: 'hoe krijg ik een goedlopende praktijk'. Daarmee verdiept hij zich ten volle in de inhoud zonder goed met zijn klant af te stemmen of hij dat ook wilde. De klant zocht toch een coach en geen adviseur? Hij stelt zich op als deskundige en pakt uit door uit te wijden over methoden. Daarmee plaatst hij zich in het gesprek ook op een ander niveau dan de klant: hij weet het en de klant weet het niet.

Een andere aanpak had kunnen zijn om na te gaan of de persoonlijkheid en vaardigheden van de klant wel overeenkomen met wat hij als coach aanbiedt. Waarom coacht hij, waarom is hij daaraan begonnen? Een interessant zinnetje is daarbij dat de klant 'netwerken' niet leuk vindt. Wat vindt hij dan wel leuk? Doorvragen over wat leuk is, kan zulke bijzondere inzichten geven.

Als deze klant inderdaad een combinatie van 'inhoudelijk advies' en 'coaching' had gewild, was dat een basis van de afspraak geweest. Als coach kan je rolwisseling markeren door, op het moment dat je van coach de consultant wordt of andersom, dat met een gebaar te illustreren. Ik doe dan alsof ik mijn coachpet afzet en mijn consultantpet op en zeg dat dan ook.

*Marius Frank ([www.mariusfrank.nl](http://www.mariusfrank.nl)) is professioneel actief als bestuursadviseur, commissaris en executive coach. Als coach opereert hij mede als partner van de Associatie van Business Coaches [www.leadershipcoach.nl](http://www.leadershipcoach.nl)*

## Silvia Blankestijn

### Ontwikkelen naar doorbraak van almacht

#### Diagnose

Uw klant vraagt coaching om zijn commerciële vaardigheden te ontwikkelen. In het gesprek geeft hij aan 'alles al' gedaan te hebben om aan klanten te komen. Dit lijkt deels het geval: hij heeft een goede website, maar netwerken doet hij niet. Qua persoon komt hij zeer zelfverzekerd over, alsof hij zelf alles al weet. Toch heeft hij behoefte aan coaching.

Als coach heeft u de klant een aantal suggesties aan de hand gedaan; ik concludeer hieruit dat uw aanpak met name gericht was op het geven van oplossingen op gedragsniveau. De door u aangedragen suggesties leken in de ogen van de klant geen toegevoegde waarde te hebben. Daarnaast wekt de casusbeschrijving bij mij de indruk dat u als coach erg hard heeft gewerkt, waardoor u alle verantwoordelijkheid voor het eindresultaat op uw schouders neemt. Zo kan de klant blijven hangen in zijn patroon van de almacht: 'Ik doe het prima; met mij is niets mis'. De klant heeft zelf al aangegeven wat hij van u als coach verwacht: hij wil geen oplossingen, hij wil dat uw hem vragen stelt.

#### Aanpak

Ik bekijk een coachingsvraag vanuit zes ontwikkelingsniveaus:

- Zingevingsniveau  
Het zinnetje dat mij intrigeert is: "... en dat vind ik ook niet leuk." Hier zou ik op doorvragen: Wat zijn de drijfveren van de klant om een coachingpraktijk te willen opbouwen? Wat geeft hem hierin plezier?  
De klant kan dan tevens 'zin' geven aan zijn acquisitie.
- Mentaal, fysiek en emotioneel niveau  
Vervolgens ben ik benieuwd naar de belemmeringen en hulpbronnen van de klant ten aanzien van acquireren: Welke mentale overtuigingen heeft de klant ten aanzien van acquireren? Welke gevoelens roept het acquireren op bij de klant? Dit betreft een belangrijk aandachtspunt, daar mensen in de almacht zeer goed zijn in het wegstoppen van hun gevoelens. Wat gebeurt er in het lichaam van de klant als hij zich voorstelt dat hij als coach commercieel zeer succesvol zou zijn?
- Gedrag- en omgevingsniveau  
Indien nodig kan met rollenspelletjes de effectiviteit van het gedrag van de klant worden vergroot. Ik vermoed echter dat hier niet het grootste knelpunt zit.

*Silvia Blankestijn is directeur van KB&K, trainings- en coachingbureau te Wageningen, en hoofdtrainer van de opleiding 'Coachen met hart en ziel®'. [www.coachingsopleiding.nl](http://www.coachingsopleiding.nl)*

## Hans Albers

### *Is deze coach te coachen?*

Op zoek naar klanten en Coach vraagt Coach.  
Een uitdaging.

Om verwarring enigszins weg te nemen, zal ik in deze uiteenzetting de vragende coach Kees noemen. De intake en het resultaat van het eerste bezoek lezend, komen onmiddellijk de volgende vragen bij mij op: welk werk heeft Kees gedaan, voordat hij besloten heeft coach te worden, wat waren zijn plannen om coach te worden, wat heeft hij inmiddels gedaan, zodat hij zich coach kan noemen en wat wil Kees bereiken als coach? Antwoorden zijn noodzakelijk om vast te kunnen stellen wie Kees is, welke weg hij wil bewandelen en hoe Kees zichzelf ziet als coach. Door het feit, dat deze vragen niet gesteld kunnen worden zal ik het moeten doen met de beschikbare gegevens.

Kees maakt op mij de indruk dat hij coach geworden is omdat hij dacht dat dit wel een leuk vak zou zijn. Het zelfvertrouwen, ambitie, flexibiliteit in denken en de wil om adviezen op haalbaarheid en toepasbaarheid te toetsen ontbreken volledig. Achterdocht, arrogantie en quasi zelfverzekerdheid zijn geen kenmerken die passen bij een goede coach.

Met deze kwalificaties, lijkt het er op dat Kees als coach gecoacht moet worden op alle aspecten van het vak en niet uitsluitend in zijn commerciële inspanningen. Tevens zal Kees als mens gecoacht moeten worden. Ik denk echter niet, dat Kees met deze voorstellen akkoord zal gaan. Blijft over dat hij alleen nog geadviseerd kan worden. Ook hierbij twijfel ik eraan of Kees zich laat adviseren. Maar toch, laten we een poging wagen.

Laten we ervan uitgaan, dat Kees weloverwogen de keuze als coach gemaakt heeft, maar dat zijn persoonlijkheid hem een beetje in de weg zit. Dan lijkt, doordat de commerciële talenten van Kees niet direct beschikbaar zijn, het aansluiten als freelance coach bij een gerenommeerd bureau, een voor de handliggende oplossing te zijn. Denk ook nog aan mogelijkheden om ergens in vaste dienst te treden.

Mocht Kees geen enkele aansluiting vinden bij het advies of geïnspireerd worden door het advies, wil ik hem graag als coach begeleiden in een herscholingstraject. Deze zaak biedt geen ruimte om Kees als coach, te coachen.

Resultaat wordt uitsluitend bereikt door het vertrouwen: in zichzelf, omgeving en toekomst.

*Hans Albers is interim-manager en Coach. Bridge Coaching, de brug tussen willen en kunnen, onzekerheid en zekerheid. Management-, business- en teamcoaching. [www.bridgecoaching.info](http://www.bridgecoaching.info) en [www.bridgeconsultancy.nl](http://www.bridgeconsultancy.nl)*



## Audrey de Jong

### *Je bril niet uitlenen*

De economie floreert. Een uitgelezen moment dus om aan een bloeiende praktijk te werken, maar... hoe vind je klanten en/of: hoe vinden zij jou?

De wijze waarop de betreffende cliënt deze uitdaging verwoordt: "Ik zoek een ervaren coach, met een goedlopende praktijk die mij kan helpen mijn commerciële vaardigheden te ontwikkelen", zou mijn vertrekpunt zijn om het daadwerkelijke probleem te achterhalen. Daarbij: deze vraag wordt door de geconsulteerde coach herkend. Bij herkenning van een vraagstuk, ligt invullen vaak op de loer ('...waar heb ik dat meer gehoord?'), waarmee onbedoeld voorbij gegaan kan worden aan de beleving van de cliënt.

De cliënt zoekt hulp bij het ontwikkelen van zijn commerciële vaardigheden. Om welke commerciële vaardigheden gaat het hier en met welke reden zoekt deze cliënt een ervaren coach? Waarom geen startende coach met een aanzienlijke aanloop van cliënten? En essentieel: Welke verwachtingen heeft hij van zijn coach en het traject?

Wanneer een cliënt zo zelfverzekerd overkomt -of hij dit is blijft de vraag-, zou ik hem zeker prikkelen verder te kijken. Het wordt immers behoorlijk lastig als één van de belangrijkste commerciële vaardigheden als netwerken, buitengesloten wordt. Achter de uitspraak "Adverteren werkt niet, netwerken ook niet en dat vind ik ook niet leuk" liggen waarschijnlijk vele antwoorden verborgen, die nu door zijn zekerheid afgeschermd worden. Want wat is nu écht de oorzaak van het uitblijven van nieuwe trajecten? Welke ideeën heeft deze cliënt over netwerken en gaat dit hem wel goed af...? Wat zou hij iemand anders met deze kwestie adviseren?

Ik heb de indruk dat de geconsulteerde coach (te?) snel door de vorige stappen heen is gegaan, waardoor het tempo van de cliënt niet meer is gevolgd. Als ervaren coach kun je immers putten uit een ruim gevulde gereedschapskist. Je kunt mogelijkheden en feiten aandragen met betrekking tot netwerken, trainen op vaardigheden, werken aan belemmerende overtuigingen en coachen op attitude enzovoort, maar vóór een concreet plan opgesteld kan worden is rapport met de cliënt noodzakelijk, want inderdaad: het begint met begrijpen. Stephen Covey (1993) zegt het gepast: "Eerst begrijpen is moeilijk. Het is veel gemakkelijker om snel iemand je eigen bril te geven."

Toch jammer voor deze cliënt, want volgens mij had hij uiteindelijk wél een goede aan de betreffende coach gehad.

*Hartelijk, inspirerend en professioneel; als zelfstandig trainer/counselor in communicatie en persoonlijke ontwikkeling weet Audrey de Jong doortastend de juiste snaar te raken. [www.bluecore.nl](http://www.bluecore.nl)*