La definizione degli obiettivi fino alla prossima sessione è un passaggio cruciale della sessione di coaching, che permette di mantenere la dinamica del cambiamento e di rafforzare l'impegno del cliente nel suo percorso. Co-costruendo obiettivi chiari, realistici e motivanti, il coach aiuta il cliente a proiettarsi nel futuro e a sentirsi attore del proprio sviluppo.

L'identificazione delle azioni prioritarie è il punto di partenza di questa definizione degli obiettivi. Sulla base dei progressi realizzati, degli ostacoli identificati e delle aspirazioni del cliente, il coach lo invita a determinare i cambiamenti più importanti da implementare nelle prossime settimane. Può trattarsi di adottare una nuova abitudine alimentare, di integrare un'attività fisica regolare, di praticare una tecnica di gestione dello stress o di sperimentare un approccio relazionale diverso. L'essenziale è di scegliere azioni concrete, che abbiano senso per il cliente e che contribuiscano al raggiungimento dei suoi obiettivi a lungo termine.

Per essere motivanti e mobilitanti, gli obiettivi devono rispondere a diversi criteri, spesso riassunti nell'acronimo SMART: Specifici, Misurabili, Raggiungibili, Realistici e Temporalmente definiti. Un obiettivo specifico è formulato in modo chiaro e preciso, descrivendo il risultato atteso piuttosto che l'azione da intraprendere. Ad esempio, invece di "fare sport", un obiettivo specifico sarebbe "correre 30 minuti tre volte a settimana". Un obiettivo misurabile include indicatori numerici o osservabili, che permettono di valutare i progressi realizzati. Può trattarsi di un numero di ripetizioni, di una durata, di una frequenza o di un sentimento soggettivo. Ad esempio, "meditare per 10 minuti ogni mattina annotando il mio livello di stress prima e dopo su una scala da 1 a 10".

Un obiettivo raggiungibile tiene conto delle capacità attuali del cliente, delle sue risorse e

degli eventuali ostacoli. Deve rappresentare una sfida stimolante, pur rimanendo a portata di mano con gli sforzi appropriati. Il coach può aiutare il cliente a calibrare i suoi obiettivi chiedendogli di valutare la sua fiducia nella sua capacità di raggiungerli, su una scala da 1 a 10. Se il punteggio è inferiore a 7, è preferibile rivedere l'obiettivo al ribasso o prevedere passaggi intermedi. Un obiettivo realistico è coerente con le vincoli e le priorità del cliente, così come con i suoi valori e il suo progetto di vita globale. Si integra armoniosamente nella sua vita quotidiana, senza generare stress eccessivo o conflitti con altri impegni. Ad esempio, per un cliente che lavora di notte, un obiettivo realistico per la pratica della meditazione sarebbe alla fine della giornata prima di andare a letto, piuttosto che al risveglio.

Infine, un obiettivo temporalmente definito prevede una scadenza precisa, che permette di creare un senso di urgenza positiva e di proiettarsi nel futuro. Questa scadenza può essere la prossima sessione di coaching, ma anche un evento particolare come un compleanno, un esame o un viaggio. Avere una scadenza aiuta a pianificare le azioni necessarie, a dare priorità ai compiti e a valutare i progressi compiuti. Ad esempio, "perdere 3 chili prima del matrimonio di mia sorella tra 2 mesi".

Oltre alla formulazione degli obiettivi, la definizione di un piano d'azione concreto è essenziale per favorire il passaggio all'azione. Il coach può aiutare il cliente a suddividere i suoi obiettivi in passaggi progressivi, identificando le azioni specifiche da intraprendere quotidianamente o settimanalmente. Può anche invitare a anticipare gli ostacoli potenziali e a prevedere strategie per superarli. Ad esempio, se l'obiettivo è di praticare la coerenza cardiaca tre volte al giorno, il coach può suggerire al cliente di programmare promemoria sul suo telefono, di mettere dei post-it in luoghi strategici e di prevedere un'alternativa in caso di imprevisti (respirazione addominale).

L'impegno del cliente nel raggiungere gli obiettivi è un fattore chiave di successo. Oltre alla motivazione iniziale, è importante prevedere strategie per mantenere questo impegno nel tempo, nonostante le possibili difficoltà o stanchezza. Il coach può proporre al cliente di fare affidamento sulle sue risorse personali, come i suoi valori, le sue qualità o i suoi successi passati, per alimentare la sua determinazione. Può anche suggerire di condividere i suoi obiettivi con persone care e benevole, che possono sostenerlo e incoraggiarlo nei momenti di dubbio. Celebrare i piccoli successi e ricompensare gli sforzi compiuti può anche contribuire a rafforzare l'impegno. Ad esempio, concedersi un massaggio dopo un mese di pratica regolare dello yoga.

In sintesi, la definizione degli obiettivi fino alla prossima sessione è un momento fondamentale della sessione di coaching, che pone le basi per l'azione e il progresso del cliente. Costruendo in collaborazione obiettivi SMART, pianificando i passaggi per raggiungerli e rafforzando l'impegno del cliente, il coach lo aiuta a mettersi in movimento verso i cambiamenti desiderati, rispettando il suo ritmo e le sue risorse. Questo passaggio è anche l'occasione per sviluppare la responsabilità e l'autonomia del cliente, posizionandolo

come l'attore principale del suo sviluppo. Dedicando l'attenzione necessaria a questa definizione degli obiettivi, il coach pone le basi per un accompagnamento costruttivo, motivante e significativo per il cliente.

Punti chiave da ricordare:

- La definizione degli obiettivi fino alla prossima sessione è cruciale per mantenere la dinamica del cambiamento e rafforzare l'impegno del cliente.

- Gli obiettivi devono essere co-costruiti, chiari, realistici e motivanti, mirando a azioni concrete che contribuiscano agli obiettivi a lungo termine del cliente.

- Gli obiettivi SMART sono Specifici, Misurabili, Raggiungibili, Realistici e Temporalmente definiti. Devono rappresentare una sfida stimolante pur rimanendo alla portata del cliente.

- Un piano d'azione concreto, che scomponga gli obiettivi in passaggi progressivi e anticipi gli ostacoli potenziali, favorisce l'azione.

- L'impegno del cliente è fondamentale e può essere mantenuto facendo affidamento sulle sue risorse personali, condividendo i suoi obiettivi con persone care e benevole e celebrando i piccoli successi.

- Questa fase sviluppa la responsabilità e l'autonomia del cliente, posizionandolo come attore principale del suo sviluppo.