



KOUČINGA MODELIS **GROW**

МОДЕЛЬ КОУЧИНГА **GROW**

Prasme pareizi saprast klientu vēlmes veicina panākumus darbā. Ja vēlaties iemācīties to darīt rezultatīvi, piedāvāju vispiemērotāko koučinga modeli – GROW. Uzmanīgi ieklausieties savā klientā un piedāvāiet to, kas viņam patiešām ir vajadzīgs.

Pirmās konsultācijas laikā GROW modeli var izmantot kā instrumentu, lai noteiktu klienta mērķus, viņa dzīves vidi, iespējamās metodes un konkrētas darbības to realizācijai. Zinot pielietojamos līdzekļus un analizējot klienta galvenās vērtības, ierobežojošos un stimulējošos uzskatus par mikro-pigmentāciju, mēs varam piedāvāt klientam tieši to, ko viņš patiešām vēlas un kas viņam ir vajadzīgs. Rezultātā mums ir apmierināts klients, kas vairo mūsu reputāciju.

GROW modelis

Klienti par mikropigmentāciju interesējas, ja vēlas savas sejas vaibstus padarīt skaistus un harmoniskus, izskatīties jaunāki. Jāņem vērā, ka mikropigmentācija ir īpaša procedūra, kuras rezultāts saglabājas ilgi, tāpēc ir svarīgi pareizi saskaņot krāsas un zīmējumu.

Mikropigmentācijā GROW modeli var izmantot, lai aktīvi uzklausītu klientu un realizētu viņa galvenās prasības. Klients savukārt var justies droši, brīvi un atklāti komunicēt, kas ir ļoti svarīgi cilvēkiem, kuri vēlas izmantot mikropigmentācijas pakalpojumus.

Koučinga metodes abreviatūra GROW ir saīsinājums angļu valodas vārdiem: GOAL (mērķa noteikšana), REALITY (realitātes apzināšana), OPTIONS (esošie līdzekļi un iespējas), WRAP-UP (veicamo darbību noteikšana un motivācijas novērtējums).

Умение правильно понимать нужды клиентов приводит к достижению успехов в работе. Чтобы научиться делать это результативно, я предлагаю модель коучинга GROW в качестве наиболее подходящей основы для ваших поисков. Вслушивайтесь внимательно в своего клиента и предлагайте именно то, что ему действительно нужно.

Во время предварительной консультации, модель коучинга GROW может быть использована в качестве инструмента для определения целей клиента, окружающей его реальности, допустимых к применению средств и выбора конкретных действий для их осуществления. Сочетая выбранные средства с анализом важных для клиента ценностей, а также ограничивающих его и способствующих убеждений по отношению к микропигментации, мы самым эффективным образом предлагаем клиенту именно то, чего он по-настоящему желает и что ему нужно. В результате мы получаем довольного клиента, что улучшает нашу репутацию.

Модель GROW

Клиенты интересуются микропигментацией с целью декорировать и гармонизировать черты своего лица, выглядеть моложе. Следует учесть, что процедура микропигментации является особой практикой, результаты которой очень медленно исчезают, поэтому важно правильно согласовать цвета применяемых красок и рисунок.

Мы используем модель GROW в микропигментации, чтобы понять клиента и выполнить его ключевые пожелания. Клиент в этом случае приобретает уверенность в себе и может общаться свободно и открыто, чего как раз и ожидают

Pirmējās konsultācijas gaitā modeli GROW izmantojam, lai kopā ar klientu precīzi formulētu mērķi. Klientam uzdod jautājumus par to, kāds ir viņa gala mērķis, ko viņš ar šo procedūru vēlas reāli sasniegt. Tad mēs piedāvājam atklāt reālo situāciju, liekot klientam atbildēt uz jautājumiem: kādā situācijā attiecībā pret mērķi viņš ir pašlaik un kas viņu traucē vai ierobežo sasniegt mērķi. Pēc tam mēs sniedzam informāciju, no kuras klients uzzina par savām iespējām. Tā var būt informācija par pieejamām krāsām, zīmējuma metodēm un citiem mikropigmentācijas aspektiem. Beigās mēs vienojamies par procedūras gaitu, kas atbilst klienta motivācijai.

Vērtības

Koučingā atklājas dziļi motivētas VĒRTĪBAS, kurām jāparāda, ar ko un kā mēs gribam sevi realizēt dzīvē. Dzīvot saskaņā ar savām vērtībām – tas ir viens no mūsu iekšējiem lēmumiem, kas dod dzīvei jēgu, palīdz nodzīvot to ar cieņu un būt personībai. Vajag sajust to enerģiju, kas mūsos vibrē, ar kuru mēs sevi realizējam un esam iekšējā harmonijā. Speciālistiem ir ļoti svarīgi pārzināt tās mikropigmentācijas priekšrocības, uz kurām rezonē klients, – tas palīdz izvēlēties mikropigmentācijas procedūrai atbilstošu tehniku. Papildu instruments speciālistam ir īpašību saraksts, kurā vērtības variējas no 1 līdz 10 ballēm, kur 10 nozīmē visrezonējošāko. Tas sniedz speciālistam nodēriģu informāciju par konkrēto klientu un atvieglo piemērotāko krāsu,

от нас люди, обращающиеся за услугами микропигментации.

Буквы в названии метода коучинга GROW соответствуют английским словам: GOAL (определение цели), REALITY (осознаваемая реальность), OPTIONS (раскрытие имеющихся средств и возможностей), WRAP-UP (определение осуществляемых действий и оценка мотивации).

В ходе предварительной консультации мы пользуемся моделью GROW для того, чтобы вместе с клиентом четко определить цель посредством вопросов, таких как: какова конечная цель? чего клиент желает достичь с помощью предлагаемой процедуры? к чему он по-настоящему стремится? Затем мы предлагаем раскрыть окружающую реальность, отвечая на такие вопросы как: в какой ситуации клиент находится в данный момент по отношению к цели? что мешает достижению цели или что ограничивает его? Потом клиент узнает об имеющихся у него средствах и возможностях на основе информации, которую мы ему предоставляем. Это могут быть данные о доступных красках, методах нанесения рисунка и других аспектах микропигментации. Потом мы определяемся, что будет сделано в рамках процедуры соответственно мотивации клиента и при его поддержке.

Ценности

В рамках коучинга, а также других дисциплин, выявляются ЦЕННОСТИ глубинной мотивации, которые в конечном итоге должны нам показать, с кем и как мы хотим реализовать себя в жизни. Жить согласно своим ценностям — это одно из внутренних решений, которое наполняет смыслом нашу жизнь, помогает прожить ее достойно и дает полноту ощущения себя как личности. Нужно почувствовать именно ту энергию, которая в нас вибрирует, с которой мы реализуем себя и с которой мы пребываем во внутренней гармонии. Знание конкретных качеств микропигментации, с которыми резонирует клиент, крайне важно для специалиста, это помогает определить технику микропигментации, применяемую для осуществления данной процедуры. Помимо других инструментов специалист пользуется списком качеств, в котором ценностям присваиваются оценки от 1 до 10 баллов, где 10 означает самую резонирующую характеристику. Он дает специалисту ценную информацию, относящуюся к конкретному клиенту, и облегчает выбор наиболее подходящих красок, техники и рисунка.

В такой список могут быть включены: удобство (экономия времени, предназначенного для макияжа по утрам, постоянный рисунок, который позволяет завершить макияж за 5 минут), надежность (необходимость иметь ухоженный вид в любой момент), соблазнение (ухаженный облик даже в самые интимные моменты), уверенность в себе (коррекция физических дефектов, что включает в себя социальную адаптацию), омоложение (оптическая коррекция возрастных изменений), постоянство (долгосрочные результаты)





tehnikas un zīmējuma izvēli.

Minētajā sarakstā var ietvert: ērtības (laika ekonomija, ilgnoturīgs zīmējums, kas ļauj 5 minūšu laikā izveidot grīmu), pastāvīgums (kopts izskats jebkurā brīdī), pievilcība (kopta āriene visintīmākajos brīžos), pašpārliecinātība (fizisku defektu korekcija, kas ietver arī sociālo adaptāciju), jaunāks izskats (vecuma izmaiņu optiska korekcija), noturīgums (rezultāts saglabājas ilgu laiku) un citas īpašības, kuras speciālisti iekļauj šajā sarakstā nākamajām konsultācijām.

Pārliecība

Koučinga modeļa ietvaros var noskaidrot klientu ierobežojošus un stimulējošus uzskatus par mikropigmentāciju. Ierobežojošie – tie ir uzskati, kuri klientam jāpārvar pirmējās konsultācijas laikā. Tie traucē klientam piekrist veikt procedūru, kavē pieņemt pozitīvu lēmumu. Speciālists palīdz klientam tos pārvarēt, ja to dara pareizi un pārliecinoši.

Klienti ar ierobežojošiem uzskatiem parasti uzdod jautājumus: Vai man un pārējiem patīks procedūras rezultāts? Vai būs sāpīgi? Vai būs iespējams mainīt krāsu un formu, vai ir iespējama inficēšanās un citi riski? Kāda ir kopšana pirms un pēc procedūras? Vai ar procedūru saistītās neērtības ir pārmaiņu vērtas?

Veicinošie uzskati ir tie, uz kuriem klients jāfokusē pirmējās konsultācijas laikā. Piemēram, mikropigmentācijas speciālista raksturojums (profesionālais sertifikāts, kvalifikācija, pieredze, tehnika), preparātu raksturojums (sanitārās uzraudzības institūciju apstiprinājums, starptautisks prestižs), aprīkojuma raksturojums (drošums, sanitārijas, drošības un higiēnas sertifikāts).

Vai tas tiešām ir vajadzīgs?

Izmantojot koučinga sistēmu konsultācijās pirms mikro-

un citas īpašības, kuras speciālisti iekļauj šajā sarakstā nākamajām konsultācijām.

Ubeждения

В рамках модели коучинга могут быть выяснены ограничивающие и способствующие убеждения клиента относительно микропигментации. Ограничивающие — это те убеждения, которые клиент должен преодолеть в ходе предварительной консультации. Они мешают клиенту согласиться с процедурой, тормозят его положительное решение. Специалист помогает клиенту их преодолеть, если делает это грамотно и убедительно.

Самые распространенные вопросы клиентов, формирующие ограничивающие убеждения: понравятся ли итоги процедуры мне и окружающим? будет ли больно? можно ли позже изменить цвет и форму? возможно ли заражение инфекцией и другие риски? как ухаживать до и после процедуры? стоят ли неудобства, связанные с процедурой, осуществленных изменений?

Способствующие убеждения — те, на которых следует сфокусировать клиента в ходе предварительной консультации. К примеру: характеристики специалиста по микропигментации (наличие профессионального сертификата, его квалификация, опыт, техника, искусство), характеристики применяемых препаратов (подтверждение органов санитарного надзора, качество, международный престиж), характеристики оборудования (надежность, наличие сертификатов, соблюдение норм санитарии, безопасности, гигиены).

Действительно ли это нужно?

Применяя систему коучинга в ходе предварительных консультаций перед процедурой микропигментации, мы можем прийти к выводу, что микропигментация — это не то,

pigmentācijas procedūras, mēs varam arī nonākt pie secinājuma, ka mikropigmentācija nav tas, ko klients patiešām meklē. Diemžēl mums jāatzīst, ka reizēm to, ko klients vēlas, sniedz citas kosmetoloģijas jomas, kā kosmetoloģiskā ķirurģija, kosmetoloģiskā medicīna, vai procedūras, kuras veic ārsti kosmetologi vai vizāžisti, pie kuriem mēs nosūtām savus klientus. Un tas koučingā ir vislabākais – klients vienmēr aiziet apmierināts, un, lai gan nosūtām klientu pie cita speciālista, zaudējot tūlītējus ienākumus, mēs saglabājam savu labo slavu un tādējādi ilgtermiņā iegūstam vairāk klientu.

что клиент на самом деле ищет. Иногда мы можем понять, что в действительности клиенту нужно воспользоваться другими эстетическими методами, такими как, косметологическое хирургическое вмешательство, эстетическая медицина или процедуры, выполняемые косметиками или визажистами, к которым мы и отправляем в таком случае своих клиентов. И это в коучинге самое прекрасное, потому что клиент всегда уходит от нас довольным. Хотя мы отправляем клиента к другому специалисту, теряя сиюминутный доход, все же реально, мы сохраняем свое доброе имя и репутацию, приобретая тем самым больше клиентов в долгосрочной перспективе.

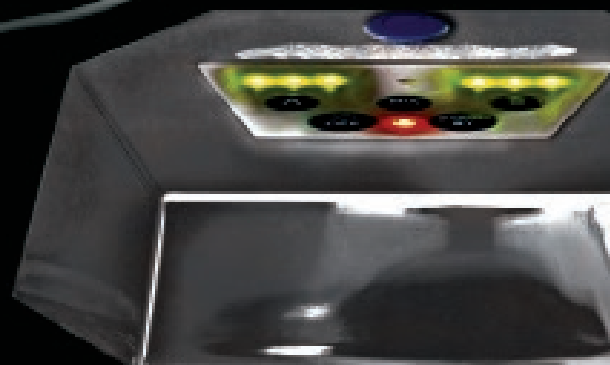
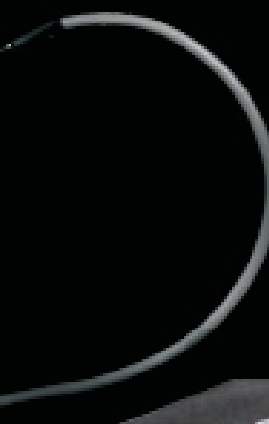


Mario Gisberts (Mario Gisbert),
Spānijas Mikropigmentācijas asociācijas prezidents,
www.mariogisbert.com

Марио Гисберт (Mario Gisbert),
президент Испанской ассоциации микрoпигментации,
www.mariogisbert.com



Goldeneye
THE MICROPIGMENTATION COMPANY



Делай микрoпигментацию!
Становись мастером микрoпигментации!
Узнай все о микрoпигментации!
Тел. (+371) 27052705, www.mikrocentrs.lv