



Modelo de aprendizaje del coaching

## **TEMA 4. ¿Cómo crear tú práctica profesional de coaching?**

Iniciar tu práctica profesional como coach es un proceso emocionante que requiere planificación, estrategia y paciencia. Algunos pasos clave que pueden ayudarte a comenzar de manera efectiva después de obtener tu certificación son (Irizarry & Irizarry, 2021):

**1. Define tu enfoque y nicho:** Es vital especializarte en un área del coaching que te apasione y donde sientas que puedes aportar mayor valor. Esto puede ser coaching de vida, ejecutivo, de liderazgo, de carrera, entre otros. Tener un nicho claro te ayudará a enfocar tus esfuerzos de marketing y atraer a los clientes adecuados.

**2. Crea una oferta de servicios:** Desarrolla una propuesta de servicios que detalle qué ofreces, la duración y frecuencia de las sesiones, los métodos de comunicación (presencial, teléfono, videoconferencia) y la estructura de precios. Asegúrate de que tus precios sean competitivos pero justos.

**3. Desarrolla una marca personal:** Tu marca personal debe reflejar tu estilo único de coaching y atraer a tu mercado objetivo. Esto incluye la creación de un sitio web profesional y perfiles en redes sociales, así como materiales de marketing que comuniquen tus habilidades y cómo puedes ayudar a tus clientes.



**4. Establece tu práctica legalmente:** Es importante configurar una estructura legal adecuada para tu práctica de coaching. Investiga y cumple con los requisitos legales y fiscales en tu área, incluido el registro de tu negocio si es necesario.

**5. Obtén seguro de responsabilidad profesional:** Considera obtener un seguro de responsabilidad profesional para protegerte contra disputas o problemas legales con clientes.

**6. Desarrolla habilidades de marketing:** Aprende cómo comercializar tus servicios de manera efectiva, utilizando tanto estrategias en línea como fuera de línea. Esto puede incluir crear contenido, establecer una red de contactos, asistir a conferencias y realizar publicidad dirigida.

**7. Establece un proceso de incorporación de clientes:** Define un proceso claro para incorporar nuevos clientes, que puede incluir una reunión inicial de evaluación, la creación de un plan de acción y un contrato de coaching que detalle términos y expectativas.

**8. Mantente actualizado:** La formación continua es clave en el coaching. Mantente al día con las últimas tendencias, investigaciones y metodologías a través de cursos, conferencias y lecturas relevantes.

**9. Obtén experiencia práctica:** Comienza a trabajar con clientes para ganar experiencia. Podrías ofrecer sesiones gratuitas o con descuento al principio para construir tu cartera y obtener testimonios.

**10. Solicita retroalimentación:** Pide a tus clientes comentarios sobre tus sesiones para mejorar continuamente tus habilidades y servicios.

**11. Evalúa tu progreso:** Establece metas claras para tu práctica y revisa regularmente tu progreso. Ajusta tu estrategia y enfoque según sea necesario para asegurarte de que estás en el camino correcto hacia el éxito.



Para adquirir experiencia y darte a conocer en el campo del coaching, puedes seguir estos pasos (Garcia, 2024):

**1. Ofrece sesiones gratuitas o con descuento:** Al principio, considera ofrecer sesiones de coaching gratuitas o con descuento. Esto te ayudará a ganar experiencia y a construir tu cartera de clientes. Además, es una excelente forma de obtener testimonios y referencias.

**2. Trabaja con diversos clientes:** La experiencia se construye trabajando con una amplia gama de clientes. Esto te permitirá comprender mejor las necesidades diversas y cómo adaptar tus sesiones para diferentes personas.

**3. Educación continua y retroalimentación:** Continúa aprendiendo y mejorando tus habilidades mediante cursos, talleres, y obteniendo retroalimentación de tus clientes.



**4. Crea una marca personal fuerte:** Desarrolla una presencia en línea con un sitio web profesional y perfiles en redes sociales. Utiliza estas plataformas para compartir contenido relevante, como artículos, blogs o videos que reflejen tu enfoque y filosofía de coaching.

**5. Utiliza estrategias de marketing:** Emplea tácticas de marketing tanto en línea como fuera de línea para atraer clientes. Esto puede incluir la creación de contenido, el networking, asistir a eventos relacionados y la publicidad.

**6. Únete a asociaciones profesionales:** Considera unirse a asociaciones de coaching que puedan ofrecer recursos, formación y una red de contactos. Asegúrate de adherirte a los estándares éticos y de conducta establecidos por estas asociaciones.

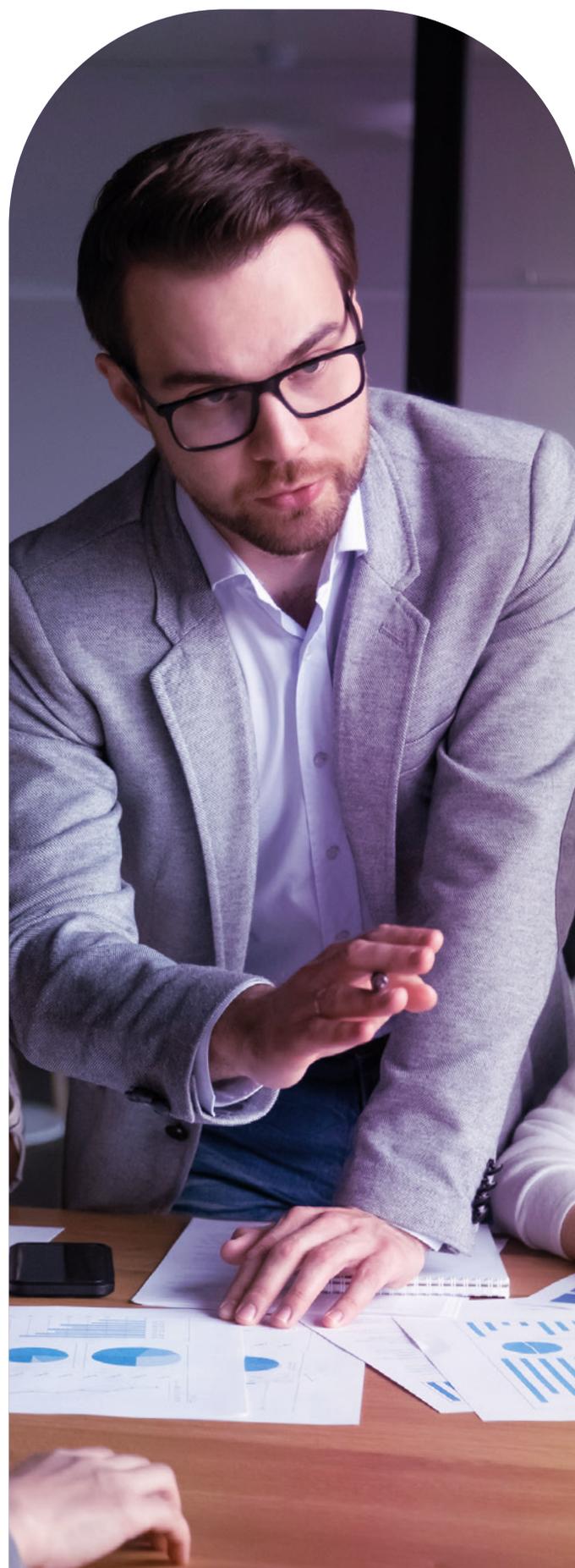


7. **Diversifica tu público objetivo:** Para expandir tu base de clientes, considera ofrecer tus servicios a diferentes grupos, como individuos, profesionales, ejecutivos, emprendedores, estudiantes y organizaciones. Adapta tu enfoque y servicios a las necesidades específicas de cada grupo.

8. **Colaboraciones y talleres:** Ofrece talleres y sesiones de grupo en empresas, universidades, centros comunitarios o en línea. Estos pueden ser excelentes oportunidades para darte a conocer y mostrar tu experiencia.

9. **Clientes corporativos:** Establece relaciones con empresas para ofrecer coaching como parte de sus programas de desarrollo profesional.

10. **Establece metas y evalúa tu progreso:** Define objetivos claros para tu práctica de coaching y realiza un seguimiento regular de tu progreso. Ajusta tus estrategias y enfoque según sea necesario para alcanzar tus metas.



Iniciar tu práctica de coaching y determinar tus tarifas y estructura de sesiones implica varios pasos importantes (Bernal, 2022):

**Investiga el mercado:** Conoce las tarifas de otros coaches en tu área y nicho.

**Considera tu experiencia:** Si eres principiante, puedes empezar con tarifas más bajas y aumentarlas a medida que ganes experiencia y reputación.

**Especialización y tipo de coaching:** Puedes fijar tarifas más altas si ofreces un servicio especializado o en demanda.

**Ubicación y demanda:** Estos factores también influirán en tus tarifas.

**Valor percibido:** Reflexiona sobre el valor que aportas a tus clientes.

**Tarifas estándar:** Pueden oscilar entre \$800 y \$3000 por hora, pero ajusta tus precios según tu situación particular.

### ¿CUÁNTO COBRAR?



### ¿CÓMO ESTRUCTURAR LAS SESIONES?



**Fase de preparación (10-15 minutos):** Establece una conexión, define objetivos y revisa progresos. Exploración y autoevaluación (20-30 minutos): Haz preguntas abiertas y reflexivas, fomentando la autoevaluación del cliente.

**Identificación de obstáculos (15-20 minutos):** Ayuda al cliente a identificar y abordar obstáculos y creencias limitantes.

**Establecimiento de metas y plan de acción (15-20 minutos):** Define metas claras y un plan de acción concreto.

**Desarrollo de recursos y estrategias (15-20 minutos):** Ofrece herramientas y estrategias para superar obstáculos y alcanzar metas.

**Compromiso y cierre (10-15 minutos):** Resalta compromisos, planifica el seguimiento y acuerda la próxima sesión.

**Resumen y feedback (5-10 minutos):** Haz un resumen y solicita retroalimentación del cliente.

**Ofrece sesiones gratuitas o con descuento:** Ideal para ganar experiencia y construir tu cartera de clientes.

**Marketing y redes sociales:** Crea una marca personal sólida y utiliza estrategias de marketing en línea y fuera de línea.

**Educación continua:** Sigue aprendiendo y mejorando tus habilidades.

**Adhiérete a estándares éticos:** Considera unirse a asociaciones profesionales de coaching para alinear tus estándares y obtener estructura.

**Diversifica tu público objetivo:** Dirige tus servicios a diferentes audiencias, como individuos, profesionales, equipos y organizaciones.

### ADQUIRIR EXPERIENCIA Y DARSE A CONOCER



### CONSEJOS ADICIONALES



**Establece una estructura legal:** Considera los aspectos legales de tu práctica. **Obtén seguro de responsabilidad profesional:** Protege tu práctica.

**Solicita retroalimentación constante:** Mejora tus habilidades basándote en los comentarios de los clientes.

**Evalúa regularmente tu progreso:** Ajusta tus estrategias según sea necesario.

Al seguir estos pasos, podrás establecer una base sólida para tu práctica de coaching, ganar experiencia valiosa y construir una reputación positiva en tu campo.

## Referencias

Bernal, R. (2022). *Cómo trabajar de coach | Vivir del coaching*. International Coaching Institute. <https://international-coaching-institute.com/como-trabajar-de-coach/>

García, G. (2024, 2 de enero). *Pasos para construir tu marca personal* [Video]. EDEM Escuela de Empresarios. <https://edem.eu/pasos-para-construir-tu-marca-personal/>

Irizarry, B., & Irizarry, R. (2021). *Manual de Coaching y Psicología Positiva: Modelo META basado en las 8 competencias de ICF y en la psicología positiva*. Madrid: Humana.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.