

Solution-Focused Approach (SFA) – podstawowe informacje:

I. Zasady:

1. Jeśli coś się NIE ZEPSUŁO - nie naprawiaj tego.
2. Jeśli się dowiesz co DZIAŁA, rób tego więcej.
3. Jeśli coś nie działa, nie rób tego więcej. RÓB COŚ INNEGO.

II. Podejście systemowe:

Coach pomaga klientowi znaleźć **rozwiązanie całej sytuacji**, a NIE problemu klienta!
Jak klient nie ma problemu, a znalazł się u coacha, to sytuacja jest dla niego problemowa.
NIE rozwiązuje się problemu klienta – bo klient go nie dostrzega, lecz sytuację problemową.

III. W SFA opór NIE istnieje! Jeśli istnieje tzn. że NIE ma SFA!

Przy właściwej relacji coach – klient opór nie pojawia się. Jeśli opór się pojawia to znaczy że relacja coach-klient jest niewłaściwa.

IV. Rodzaje relacji (zobacz rysunki „Relacja Coach – Klient w SFA” na następnej stronie):

- **relacja gościa** - klient uważa, że NIE ma problemu, ani celu. Jest, ponieważ ktoś go przysłał.
- **relacja narzekacza** - klient ma problem, lub cel, lecz rozwiązanie zależy od innych. Klient czuje się bezsilny.
- **relacja klienta** - klient ma problem, lub cel i wierzy, że jest w stanie go osiągnąć.

Jeśli masz klienta Gościa, lub Narzekacza, to stwórz relację prawdziwego Klienta. Po prostu przejdź przez wszystkie kroki od 1 do 8 (rysunek na stronie 2).

Jeśli klient uważa, że ma problem/cel i jest w stanie go osiągnąć, to i tak zaczynaj od 1, a NIE od 7!

Pełen coaching to kroki 1 – 8. Jeśli je wykonasz poprawnie, to opór sam zniknie. Wykonując wszystkie kroki poprawnie, automatycznie pokonujesz opór klienta.

V. Duży cel, składa się z małych kroków

Skalowanie pomaga osiągnąć duży cel, czyniąc małe kroki.

VI. Trwałość zmiany:

W SFA nie zapobiega się nawrotom niepożądanych zachowań, lecz **pracuje się nad podtrzymaniem zmiany**.

Pomocne są pytania:

- Jak utrzymywałeś stan zmiany?
- W jaki sposób zaprzestałeś niechcianego zachowania/sytuacji?
- W jaki sposób wyszedłeś z trudnej sytuacji?
- Co ci powie, że zbliżają się trudności?
- Co wtedy zrobisz, aby utrzymać zmianę/ nowe zachowanie/ sytuację?

Relacja Coach – Klient w SFA

Relacja Gościa – tzw. „trudny klient”



Klient uważa, że NIE ma problemu, ani celu. Jest, ponieważ ktoś go przysłał.

Etap 1 - Kroki:

1. Nawiązanie kontaktu
2. Kontekstualizacja
3. Odnajdź Cel Klienta /Zamień problem na cel

+ Empatia + Ciekawość + Komplementy

Relacja Narzekacza - tzw. „trudny klient”



Klient ma problem, lub cel, lecz rozwiązanie zależy od innych. Klient czuje się bezsilny.

Etap 2 - Kroki:

4. Określ zasoby
5. Pytanie o wyjątki
6. Pytanie o cud

+ Empatia + Ciekawość + Komplementy

Relacja Klienta – tzw. „prawdziwy klient”



Klient ma problem, lub cel i wierzy, że jest w stanie osiągnąć.

Etap 3 - Kroki:

7. Skalowanie
8. Przybliżanie do celu na skali.

+ Empatia + Ciekawość + Komplementy

SFA – opis modelu i przykładowe pytania

1. Nawiązanie kontaktu

Porozmawiaj o tym co się dzieje Tu i Teraz, o tym co widzisz, co odczuwasz. Okazuj ciekawość oraz empatię.

- Witam! Cieszę się, że mnie Pan odwiedził. Jak się Panu jechało tutaj?
- Może kawy, herbaty? :)
- Mam wrażenie, że jest Pan odprężony, wesoły, zaciekawiony, zmartwiony, smutny. Naprawdę tak jest czy to tylko moje wrażenie?

Zaproponuj przejście na „Ty”. Jeśli klient się nie zgodzi zostań na „Pan”.

2. Kontekstualizacja

Określ sytuację w jakiej znajduje się klient. Określ SYTUACJĘ, a nie tylko stan klienta. Pamiętaj, że SFA zmienia całą sytuację, a nie tylko stan klienta. Dzięki zmianie całej sytuacji, zwiększamy trwałość zmiany. Klient zmienia nie tylko siebie, ale też otoczenie, które przestaje go zachęcać do powrotu do starego zachowania.

- Z czym do mnie przychodzisz?
- Jakie są Twoje oczekiwania co do tego spotkania?
- Jak to się stało, że tutaj trafiłeś?
- Czy to był pomysł, abyś tutaj przyszedł?
- Jak on wpadł na taki pomysł?
- Czego on się spodziewa, jako rezultatu Twojego przyjscia tutaj?
- Po czym on pozna, że problem, który według niego masz został rozwiązany?
- W jaki sposób według niego Twoje zachowanie jest problemem?
- Co takiego musi on zobaczyć Twoim zachowaniem, aby zostawić Cię w spokoju?

Zbadaj też „co daje klientowi jego zachowanie?”:

- Co jest dobrego dla Ciebie w Twoim dotychczasowym zachowaniu?

Może się zdarzyć, że klient odpowie „nic”. Wówczas idziesz dalej. Jeśli jednak wymieni wiele rzeczy, to zapytaj o nie, np. tak:

- Rozumiem, że Twoje niepożądane zachowanie przynosi Ci jednak pewne korzyści. Czy jesteś w stanie zrezygnować z tych korzyści dla osiągnięcia celu?
- Czym możesz zastąpić korzyści płynące z niepożądanego zachowania? Co chcesz w ich miejsce?

3. Odnajdź Cel Klienta /Zamień problem na cel

Sprecyzuj cel klienta:

- Powiedziałeś, że jeśli będziesz robił, to ta osoba da Ci spokój. Chcesz mieć spokój z jej strony?
- Zatem co możesz zrobić? Jak wykorzystać to spotkanie, aby mieć spokój?
- Chcesz, aby był to cel Twojej pracy ze mną?

- Jakie jeszcze inne korzyści będziesz miał z osiągnięcia celu?
- Jakie będą korzyści innych z osiągnięcia Twojego celu?

Problem/trudność zamień na cel:

- Co chcesz w miejsce problemu?
- Jak wyglądałoby Twoje życie, gdyby tego problemu nie było?
- Czego byś chciał zamiast tego problemu?

4. Określ zasoby

- Opowiedz mi o swoich osiągnięciach, z których jesteś zadowolony, dumny.
- Opowiedz mi o swoich największych zmianach, których dokonałeś.
- Jak Ci się to udało?
- Jak to zrobiłeś?
- Co Ci pomogło to zrobić?
- Co wtedy widział w Tobie X (*ktoś ważny dla klienta*)?
- Co innego było w twoim zachowaniu wtedy, niż jest teraz?

Jeśli klient nie zauważa swoich zasobów, bądź bardzo mało ich widzi, to zastosuj „pytanie o wyjątki”, lub „pytanie o cud”.

5. Pytanie o wyjątki

Żaden stan NIE trwa wiecznie. Kiedyś musiał się zacząć. Wcześniej jednak go nie było i klient żył bez niego.

- Kiedy zachowujesz się inaczej? Czy kiedy śpisz, to Twoje niepożądane zachowanie występuje?
- Kiedy ... nie palisz papierosów/ jesteś choć trochę szczęśliwy/ czujesz się pewny siebie?
- Jak to się dzieje, że wtedy tego nie robisz?
- Co Ci pomaga?
- Jak to się dzieje, że przestajesz zachowywać się ... (tak i tak)?
- Co masz z tych „przerw”?
- Czy te przerwy mogą być dłuższe? Co Ci to da?
- Jak myślisz, co zrobiłeś wtedy, że zdarzył się wyjątek?
- Skąd wzięłeś pomysł aby to zrobić?

Jeśli klient twierdzi, że nie ma wyjątków, lub podaje bardzo mało, to zadaj „pytanie o cud”.

6. Pytanie o cud

- Usiądź wygodnie. Zrób głębszy oddech i wydech. Powtórz 2 razy. Wyobraź sobie, że pewnego ranka budzisz się. Za oknem jest piękna pogoda, jesteś wesoły i pełen optymizmu. Odkryłeś właśnie, że w nocy, kiedy spałeś, wydarzył się cud. Cud jak z baśni. Twoje trudności i problemy znikły, osiągnąłeś swój cel. Rozejrzyj się do koła. Osiągnąłeś właśnie swój cel.
- Jak się teraz czujesz? Co się dzieje wokół Ciebie?
- Co mogło się wydarzyć kiedy spałeś? Na czym polegał cud?

Kiedy klient opisuje cud, zachęcaj do bajkowej atmosfery, do fantazji. Następnie znajdź powiązania między tą fantazją a rzeczywistością.

- Czy doświadczyłeś już kiedyś podobnych momentów do tego cudu?
- Co by odpowiedział Twój mąż/żona na powyższe pytanie?
- Kiedy ostatnio zdarzyło Ci się ... (wymieniamy prostą czynność, którą klient opisał cudzie)? Jak się wtedy czułeś? Co potem zrobiłeś?

7. Skalowanie

Jest to określenie na skali, swojego aktualnego stanu w na drodze do celu.

- Określ na skali od 1 do 10 swoje aktualne miejsce na drodze do celu. Jeśli 1 to początek, a 10 cel, to w którym miejscu teraz się znajdujesz?

Jeśli klientowi nie pasuje skala od 1 do 10, to zapytaj o inną skalę:

- Czy skala od 1 do 10 jest dobrą dla Twojej sytuacji skalą? Może chcesz inną?

Zachęcaj do twórczości i fantazji. Może to być skala złożona ze szczytów, np. Śnieżka, Rysy, Mount Blanc, Mount Everest. Im skala jest bardziej klienta, tym chętniej ją tworzy i przemieszcza się po niej do celu.

- Gdzie jesteś dziś na skali?
- Co zrobiłeś, żeby dotrzeć tak daleko? Co jeszcze?
- Kto Ci pomógł i w jaki sposób?
- Skąd będziesz wiedzieć, że przesunąłeś się o jeden krok do przodu na tej skali?
- Co powoduje, że wierzysz w osiągnięcie celu? Kto i dlaczego jeszcze w to wierzy?
- Komu będziesz opowiadał o swoich kolejnych osiągnięciach, o kolejnych krokach?
- Komu i za co podziękujesz, kiedy osiągniesz swój cel?

8. Przybliżanie do celu na skali.

Dzięki przybliżaniu do celu, klient w końcu osiągnie cel. Jest to zastosowanie w praktyce tzw. Zasady małych kroków. Zamiast osiągać jeden wielki cel, osiągnij kilka małych celów, które złożą się na jeden duży.

- Czym jest kolejny krok?
- Co możesz zrobić, żeby zrobić kolejny krok? Żeby być o jeden krok bliżej celu?
- Czego potrzebujesz do tego?
- Kto może Ci pomóc?
- Jaki będzie Twój pierwszy krok w tym celu?
- Po czym poznasz, że osiągnąłeś kolejny krok?

Empatia + Ciekawość + Komplementy

Empatia

Empatia ≠ Współczucie (Oj, biedactwo Ty moje, też mi jest smutno...)

Empatia = Współodczuwanie + Zrozumienie + Reakcja Równości

Np.:

- **Rzeczywiście, to smutne.** (smutnym, wolnym, poważnym tonem)
- **Rozumiem tą sytuację. Po prostu wybrałeś wtedy mniejsze zło.** (trochę szybciej i bardziej zdecydowanie)
- **Jestem pewny, że osiągniesz cel, jeśli będziesz postępował w przyszłości jak dorosły, samodzielny i odpowiedzialny człowiek. Cel jest w Twoim zasięgu.** (powiedz to stanowczo, pewnie, okaż że wierzysz w to co mówisz i wierzysz w klienta)

Współodczuwanie	Zrozumienie	Reakcja Równości
<p>Polega na wprowadzenie się w stan podobny do stanu klienta. Jeśli klient mówi bardzo cicho, płytko oddycha i siedzi bardzo pochylony, to zachowuj się tak samo. Jeśli natomiast klient siedzi wyprostowany, wesoły i z dumą opowiada o swoich osiągnięciach, to przyjmij podobną postawę i z dumą słuchaj jego opowieści.</p> <p>- Ojej, to smutne. - To mogło być trudne dla Ciebie? - Czułeś wtedy radość? (z uśmiechem na ustach)</p>	<p>Zwykle łatwiej je wyrazić zachowaniem niż słowem. Powinien to być BRAK krytyki. Sytuacja w której coach jest „białą tablicą” przyjmującą wszystko co klient mówi.</p> <p>- Rozumiem Twoje zachowanie. To była prawdziwa/ męska/ trudna decyzja. - Rozumiem. Dokonałeś wówczas najlepszego wyboru.</p>	<p>Polega na traktowaniu drugiego człowieka jak równego sobie. Jesteś dorosłym, odpowiedzialnym i samodzielnym człowiekiem. Traktuj tak samo klienta, nawet wtedy, kiedy zachowuje się on jak bezradne dziecko, czy jak zbyt pewny siebie mędrzec, który wszystko wie najlepiej.</p> <p>- Jesteś dorosłym, odpowiedzialnym i samodzielnym człowiekiem. - Widzę, że lubisz mi opowiadać swoje historie. Pozwolisz mi jednak zadać Ci pytania, które chcę Ci zadać?</p>

Prawdziwa empatia jest spontaniczna. NIE można jej zaplanować. Więc zamiast planować jak potraktujesz klienta, po prostu skoncentruj się na nim i odczuwaj.

Ciekawość

Okazuj klientowi ciekawość. Jeśli mówi o czymś bardzo ogólnie, to pytaj z ciekawości. Zadaj pytania, ale również powtarzaj po kliencie to co przed chwilą powiedział. Np.

Klient: - Wtedy ja stanąłem po jego stronie i mu pomogłem.

Coach: - Aha, i wtedy mu podałeś pomocną dłoń.

Klient: - I wtedy zawsze na mnie krzyczał i mnie krytykował...

Coach: - Zawsze Cię krytykował...

- Jak wpadłeś na ten pomysł?
- Zastanawiam się jak tego dokonałeś?
- To interesujące. Powiedz coś więcej na ten temat.
- Wow! Jak tego dokonałeś?
- Zainteresowałeś mnie tym tematem. Co jeszcze możesz mi powiedzieć?
- Naprawdę tak się stało?
- I udało Ci się?

Komplementy

Komplementy w SFA, to **pozytywne informacje zwrotne mające za zadanie wzmocnić wiarę w siebie i pewność siebie klienta.**

Komplementuj zachowania klienta, a nie jego osobę.

Czyli prawidłowo będzie:

- O! Jak szybko to zrobiłeś!

a błędnie będzie:

—O! Jaki jesteś szybki!

Jeśli komplementujesz osobę, to człowiekowi trudniej jest uwierzyć w komplement. Trudniej jest uwierzyć, że cały jest super. Łatwiej będzie mu uwierzyć, że w tej jednej sytuacji super postąpił. A jak już uwierzy, że raz super postąpił, to drugi i trzeci raz też super postąpi.

- Ten pomysł wygląda bardzo rozsądnie. Jak na niego wpadłeś?
- Oooo proszę, jak szybko znalazłeś wyjście z tej sytuacji? Postąpiłeś bardzo zdecydowanie...
- Widzę, że wtedy dałeś sobie sam radę w takiej trudnej sytuacji. Postąpiłeś bardzo samodzielnie.
- Czuję, że bardzo dobrze wiesz, co dalej zrobić.
- O, jak rozsądnie wtedy postąpiłeś.
- Mówisz, że bliscy byli wtedy z Ciebie dumni! To ciekawe.

Bibliografia:

1. Świtek, T. (2000) *Solution Focused Brief Therapy - na przekór przyzwyczajeniom i schematom*. <http://www.centrumpr.eu/materialy/oSFBT.htm>
W powyższym artykule jest podane kilka informacji o powstaniu SFA i jego autorach.
2. De Jong, Peter; Kim Berg, Insoo (2007). *Rozmowy o rozwiązaniach: podręcznik*.
Kraków: Księgarnia Akademicka