

## **KODEKS ETYCZNY COACHA**

- 1. Zawsze pamiętaj o tym, co jest celem twojej pracy z Klientem, trzymaj się granic tego, na co się z nim umówiłeś**
- 2. Twoim sukcesem jest sukces Klienta. Trzymaj się w cieniu**
- 3. Nigdy nie obiecuj Klientowi tego, co nie jest możliwe do osiągnięcia**
- 4. Zachowaj respekt dla autonomii Klienta i własnej**
- 5. Bądź rzetelny w udzielaniu informacji zwrotnej. Twoje opinie i komentarze mają zawsze wspierać klienta w znajdowaniu rozwiązań**
- 6. Bądź dyskretny w sprawach dotyczących Klienta.**
- 7. Podejmuj się tylko takich zadań, do których czujesz się przygotowany**
- 8. Pamiętaj o stałym pogłębianiu wiedzy i rozwijaniu swoich umiejętności**
- 9. Bądź przyzwoity, działaj na rynku uczciwie, nie podważaj kompetencji innych coachów**
- 10. W sprawach materialnych zachowaj przyzwoitość i zdrowy rozsądek. Zachowaj równowagę między tym co dajesz i tym, co bierzesz**

## **1. Zawsze pamiętaj o tym, co jest celem twojej pracy z Klientem, trzymaj się granic tego, na co się z nim umówiłeś**

- 1.1. Coach i Klient zawierają kontrakt określający jasne zasady współpracy.
- 1.2. Coach jest zobowiązany do dotrzymywania postanowień kontraktu oraz przestrzegania wszelkich zasad ustalonych z Klientem.
- 1.3. Coach uznaje prawo Klienta do rozwiązania umowy, jeśli stwierdzi on, że cele coachingu nie są realizowane i/lub ustalenia zawarte w kontrakcie nie są respektowane przez Coacha.
- 1.4. Coach ma prawo odmówić lub przerwać prowadzenie coachingu, gdy Klient łamie warunki umowy, postępuje nieetycznie, narusza granice psychiczne lub fizyczne Coacha.
- 1.5. Coach jest zobowiązany przerwać sesję coachingu, gdy Klient jest pod wpływem środków odurzających (alkoholu, narkotyków).

## **2. Twoim sukcesem jest sukces Klienta. Trzymaj się w cieniu**

- 2.1. Coach działa dla dobra Klienta.
- 2.2. Coach pracując z Klientem, ukazuje możliwości, wspiera klienta w poszukiwaniu właściwej dla niego drogi, pozostawiając wybór Klientowi.
- 2.3. Nie działa za Klienta, nie podaje gotowych rozwiązań.
- 2.4. Coach ma prawo odmówić prowadzenia coachingu wówczas, gdy uznaje, że nie jest w stanie podjąć rzetelnej pracy coachingowej lub gdy uważa, iż coaching nie jest odpowiednią formą współpracy z daną osobą.

## **3. Nigdy nie obiecuj Klientowi tego, co nie jest możliwe do osiągnięcia**

- 3.1. Coach nie podejmuje się prowadzenia procesów coachingowych za wszelką cenę, a w szczególności wtedy, gdy Klient nie przyjmuje odpowiedzialności za własny rozwój i decyzje.
- 3.2. Coach nie wprowadza Klienta w błąd ani nie wygłasza nieprawdziwych stwierdzeń o tym, co uzyska on podczas procesu coachingu lub od samego Coacha.
- 3.3. Coach nie podejmuje się prowadzenia tych procesów coachingowych, w których uczestnictwo Klienta nie jest jego świadomym wyborem, albo nie posiada on motywacji do zmiany.

## **4. Zachowaj respekt dla autonomii Klienta i własnej**

- 4.1. Coach szanuje i toleruje poglądy Klienta, jego wartości, przekonania, wyznanie, pochodzenie oraz orientację seksualną.
- 4.2. Coach nie ma prawa naruszać granic psychicznych i fizycznych Klienta.
- 4.3. Coach nie ma prawa narzucać swoich poglądów, wartości, przekonań i rad. Nie ma też prawa udzielać informacji, wykraczających poza jego kompetencje.
- 4.4. Coach nie ma prawa wykorzystywać w żaden sposób Klienta: emocjonalnie, materialnie ani poprzez naruszenie wolności i godności Klienta.
- 4.5. Coach nie ma prawa nawiązywania relacji seksualnych ze swoimi Klientami.

## **5. Bądź rzetelny w udzielaniu informacji zwrotnej. Twoje opinie i komentarze mają zawsze wspierać klienta w znajdowaniu rozwiązań**

- 5.1. Coach monitoruje postępy czynione przez Klienta. Jest zobowiązany udzielać Klientowi rzetelnej informacji zwrotnej na temat jego postępów opartej na faktach, a nie ocenie.

5.2. Coach ma obowiązek zaproponować usługi innego Coacha, gdy uzna to za korzystniejsze dla Klienta.

5.3. Coach zobowiązany jest zaproponować Klientowi skorzystanie z usług innych specjalistów ( np. psychologa, psychiatry, lekarza, prawnika) w przypadku, gdy uzna to za słuszne i bardziej korzystne dla Klienta.

## **6. Bądź dyskretny w sprawach dotyczących Klienta.**

6.1. Coach nie ma prawa ujawniać bez zgody Klienta informacji o Kliencie i procesie coachingu. Obowiązuje go zasada poufności.

6.2. Informacje o przebiegu coachingu z Klientem mogą zostać przekazane Zleceniodawcy wyłącznie w zakresie wcześniej uzgodnionym w ramach kontraktu i wyłącznie w porozumieniu z Klientem.

6.3. Jeśli dobro Klienta wchodzi w konflikt z lojalnością zawodową, Coach pracuje przede wszystkim dla dobra Klienta i postępuje zgodnie z uzgodnionym kontraktem.

## **7. Podejmuj się tylko takich zadań, do których czujesz się przygotowany**

7.1. Coach podejmuje się prowadzenia tylko tych procesów coachingowych, których powodzenie wierzy i na prowadzenie których pozwalają mu jego zawodowe kompetencje i doświadczenie życiowe.

7.2. Wszystkie znane sobie techniki, narzędzia i procedury Coach stosuje z namysłem i ostrożnością, dbałością o dobro Klienta i poszanowaniem jego godności.

7.3. Coach nie ma prawa prowadzić coachingu pod wpływem środków odurzających (alkoholu, narkotyków).

## **8. Pamiętaj o stałym pogłębianiu wiedzy i rozwijaniu swoich umiejętności**

8.1. Coach jest świadomy, że wspiera w rozwoju swoich Klientów. Stale dba, by stawać się jeszcze lepszym, bardziej kompetentnym i przygotowanym do nowych wyzwań.

8.2. Coach uczy się, korzysta z superwizji, konsultacji i wsparcia innych Coachów oraz wszystkich osób, których postawa, wiedza, umiejętności i doświadczenie mogą mu pomóc w rozwoju zawodowym. W szczególności obowiązkiem Coacha jest korzystanie z tego rodzaju pomocy (zwłaszcza superwizji) w przypadkach, gdy napotyka na wątpliwości lub trudności w pracy, z którymi nie potrafi sobie poradzić, lub gdy jego emocje ograniczają zdolność pełnego wykorzystania posiadanych kompetencji.

8.3. Coach dla dobra klientów, dba o własną kondycję psycho-fizyczną.

8.4. Coach w swojej pracy śledzi na bieżąco dostępne opracowania, raporty i badania naukowe nad coachingiem.

8.5. Jeśli to tylko możliwe, Coach stara się wnieść swój udział w rozwijanie idei coachingu i badania nad nim (np. poprzez publikacje, wystąpienia na konferencjach, wywiady, uczestniczenie w zespołach badawczych).

## **9. Bądź przyzwoity, działaj na rynku uczciwie, nie podważaj kompetencji innych coachów**

9.1. Coach działa w sposób zgodny z dobrym imieniem profesji Coacha i w zgodzie z niniejszym kodeksem etycznym.

9.2. Coach uczciwie i rzetelnie wykonuje swoją pracę, z szacunkiem zarówno wobec osób pozostających w coachingu, jak i wobec osób, z którymi w współpracuje.

9.3. Coach odpowiednio i zgodnie z prawdą przedstawia Klientowi swoje kwalifikacje, wiedzę i doświadczenie w roli Coacha.

9.4. Coach prezentuje opinii publicznej zgodną z faktami wiedzę dotyczącą coachingu. Dowiedziawszy się, że ktoś wygłasza nieprawdziwe stwierdzenia na temat jego pracy bądź coachingu, stara się je skorygować.

9.5. Coach szanuje wysiłki i zasługi innych osób, zwłaszcza w kwestii praw autorskich, praw do ochrony własności intelektualnej, znaków handlowych i patentów. W stosownym miejscu podkreśla wkład poczyniony przez inne osoby.

9.6. Coach powstrzymuje się od jakichkolwiek działań lub uczestnictwa w działaniach, które mają szkodliwy wpływ na dobre imię profesji Coacha. Jeśli dowie się on o nadużyciu bądź nadinterpretacji związanej ze swoją pracą, podejmuje kroki w celu korekty zaistniałej sytuacji.

9.7. Coach powinien zachować szczególną ostrożność w formułowaniu opinii o działalności zawodowej innych Coachów. W szczególności nie powinien publicznie dyskredytować w jakikolwiek sposób ani ich, ani szkoły coachingowej, którą ów reprezentuje. Krytyka tego rodzaju jest uzasadniona tylko w przypadkach jawnych nadużyć i pogwałcenia etyki.

9.8. Coach podejmuje starania by unikać konfliktów pomiędzy interesami własnymi a interesami Klientów i/lub sponsorów.

9.9. W przypadku pojawienia się rzeczywistego lub potencjalnego konfliktu interesów, Coach otwarcie o tym informuje i dokładnie omawia z Klientem lub/i sponsorem sposób postępowania, który będzie dla nich najbardziej korzystny, z włączeniem odstąpienia od świadczenia usług.

9.10. Kiedy Coach jest poproszony o świadczenie usług na rzecz osoby lub organizacji na wniosek osoby trzeciej, powinien skrupulatnie ocenić związek pomiędzy dwoma wspomnianymi podmiotami i ustalić, czy nie zachodzi konflikt interesów odnośnie odmiennych ról, jakie ma spełniać Coach lub zagadnień związanych z zachowaniem tajemnic zawodowych i osobistych.

9.11. Coach, na wniosek Klienta, jest zobowiązany ujawnić Klientowi wysokość wszelkiego wynagrodzenia, które otrzymuje od osób trzecich w wyniku konsultacji, bądź porad udzielanych w sprawach dotyczących klienta.

9.12. Jeśli cele organizacji, w której zatrudniony jest Coach, są sprzeczne z interesem Klienta, Coach powinien wybierać dobro Klienta, a jeśli nie jest to możliwe, powinien zawiesić kontrakt (z organizacją lub z Klientem).

## **10. W sprawach materialnych zachowaj przyzwoitość i zdrowy rozsądek. Zachowaj równowagę między tym co dajesz i tym, co bierzesz**

10.1. Coach nie ma prawa wykorzystywać informacji zdobytych od Klienta czy Zleceniodawcy dla swoich korzyści materialnych, zawodowych czy prywatnych

10.2. Coach nie ma prawa celowo wykorzystywać jakiegokolwiek aspektu relacji pomiędzy nim a Klientem w celu uzyskania przewagi lub korzyści osobistych, zawodowych albo finansowych.

10.3. Coach będzie świadczyć usługi w zamian za inne usługi, towary lub inne wynagrodzenie o charakterze niepieniężnym tylko wtedy, gdy nie powoduje to pogorszenia relacji coachingu i nie zakłóca jego procesu.

Kodeks Etyczny stanowi zbiór zasad, którymi kierują się Coachowie pracujący w firmach zrzeszonych w Izbie Coachingu. Jest także drogowskazem etycznym dla wszystkich innych coachów.

W przypadku zastrzeżeń do przestrzegania zasad etycznych zawartych w niniejszym kodeksie, Klient może zgłosić je do rozpatrzenia przez Izbę Coachingu.