

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.