

付诸行动

让我们赶快行动起来让我们赶快行动起来
如果你的生活节奏太慢，感觉不满意到外
面去寻觅，外面肯定充满了引力
如果你现在犹犹豫豫，就是在减损满意度
姑娘们，让我们赶快行动起来

选自 Tim Armstrong 的
歌曲“行动起来”

对于 Tim Armstrong 的歌曲，上面的歌词很好地解释了付诸行动的意义。如果你没有付诸行动，那么你就不会感到满意，甚至是在减损满意度。付诸行动创造动力，这种动力反过来带我们脱离当前的形势。这个付诸的“动作”，改变我们体内的能量，甚至帮助我们转变观点。当做决定的时候，这一点尤为明显。当你不得不做一个重要决定的时候，你很可能会衡量各方面的信息、思前想后，不知道何去何从或者不敢断然下结论。这种情况发生时，你可能会感觉忧心忡忡，在没有做决定之前不知道自己的未来如何。最终，必须做决定的时刻到来了。你做出了选择，就在那一刻，你深深地呼吸，释放了所有的焦虑，心里豁然开朗。这就是付诸行动的美丽所在。它把你带到新的空间、新的时代以及新的旅程。

付诸行动通常并不容易。但是，它对于我们感觉成功和成就却至关重要。行动就是去做，去体验某事。行动是你体验新事物和学习的机会。作为一个人，行动是关于你的发展和成长。付诸行动就像植物成长。如果植物不成长，它就会枯死。有多少次你观察到那些对生活毫无激情以及闷闷不乐的人们？这些人在某个时刻选择停止成长、停止发展他们自己、停止付诸行动。现在你可以看到这样做的结果。付诸行动可能是充满了恐惧，因为付诸行动有着不确定的因素，你不知道你正在前往何处或者付诸行动带来的“另一面”是什么。因此，选择就是要么你永远不知道，静止不动，或者是采取行动，创造你想要的生活，成长、发展、学习并且开花，就像是

一棵健康美丽树木上的花朵。付诸行动需要个人约束。这种个人约束的结果就是成功和个人成就。有时我们可能会感到疲惫，或者我们生活中的一些事情会让我们分心，正是在这个时候，你需要重新集中注意力。注意力分散意味着失去行动。

让我们看一个案例分析来理解付诸行动的重要性。

Peter 是一家大家具店的经理。他有会计学背景，在店里管理一些员工。他喜欢管理企业，定期和很多的商界同行交往。他主动加入当地医院董事会，并且在自己的角色上非常积极。在他所居住的社区，人们对他的评价很高。他已经结婚，有两个孩子，最近买了一套新房，正在还房款。一天他的一位同事提到医院要聘请一名经理。他们要招聘的经理需要有良好的会计技能和管理技能。Peter 在董事会的职责意味着他非常了解这份工作。医院的行政部门和 Peter 谈了谈，并且建议他申请这个职位，因为他受到大家高度的评价，考虑到他的技能以及在董事会的职责，他很有可能拿到这个职位。Peter 回去和他的妻子讨论了一下这个工作机会。这正是他所想从事的职业生涯。这份工作对他的确很有挑战性，并且让他在经理这个职位上有更大的发展。但是，他也明白，这份工作不是很稳定，因为医院容易受到政府补助变化的影响。他的妻子概述了他们是如何刚买了一套新房，他们的孩子正在读书，虽然这份新的工作将会带给他们一些额外的收入，但是工作的稳定性实在令人担心。Peter 掂量了所有这一切。他非常了解自己当前的工作，并且员工非常地尊敬他。这么大的变化肯定会给他的家庭和他的妻子带来很大的影响。为了尽快适应新的工作，他每天的工作时间必须更长。就职责和技能而言，这个职位的工作量更大。

经过再三考虑，Peter 决定守住原来的职位要比做如此大的变化更加安稳、更加容易。工作的稳定性也令他担心。当他做出最后的决定不去申请这个新职位的时候，他感觉有些伤感。在接下来的几年，Peter 失去了动机，也逐渐开始失去信心。他决定留在自己懂的职位意味着他已经固步自封，不再想去学习，不再想去发展自己。他对没有接受那份工作的失望以及接受新工作需要面临的恐惧把他留在了一个静止不前的空间。

随着岁月的流逝，家具生意也逐渐衰落，最终那家家具店关门了。Peter 发现自己失业了，便请求自己的一个朋友帮忙。他对自己找到新的工作几乎没有什么信心，他选择了帮助他的朋友

打点生意，没有敢迎接新的职业生涯的挑战。在他的朋友那里不需要太多的技能，逐渐 Peter 开始依靠他的朋友为他提供工作。Peter 没有参加任何课程，也没有以任何方式发展自己。他停止了自己参与的社区活动，他的热情也渐渐褪去。他并不喜爱自己的工作，但是他感觉自己找不到其它的工作或者根本没有找工作的信心。

Peter 的故事屡见不鲜。多年前他做出的决定是围绕安稳以及对变化的恐惧。他的妻子同样恐惧新的职涯带来的变化。Peter 停止了采取行动，停止了学习，停止了发展他自己，停止了成长。

成功

- 成功就是我们对生活中充满激情事物的成就。
- 成功不是我们被告知或者教导去相信。
- 成功是个人的，只有当用我们为自己制定的目标衡量时，才能实现。
- 成功就是审视生活方式的转变。
- 成功就是不断前进。
- 成功感觉很棒。

自我应用

付诸行动充满挑战——下一步做什么，如何去做，等等。让我们经历一个过程从而让你付诸行动。

- 你在一家咖啡馆坐着喝咖啡。时间是从现在起的七年后。你拿起一份报纸，读到了关于你的故事。故事说的是什么？你有什么成就？凭什么出名？画出或者写出你能看到的。
- 列出截止到那个时间你实现的所有目标。
- 你已经实现了这些目标，现在感觉如何？你可以想象一下你自己吗？
- 你最热衷于什么？
- 列出你已经取得的排在前 5 位的目标。

- 把它们按照优先序列好。从第一到第五的顺序是什么？
- 在每个目标下面，列出你要开始实现该目标所采取的 5 个步骤。
- 和你信任的、将会支持你的人分享该信息。
- 在采取这 5 个步骤上和实现这 5 个目标上，告诉支持你的人你想要他如何支持你。
- 为了实现这些目标，现在你需要采取的的第一个步骤或者行动是什么？

经历这个过程之后，你可能会发现你体内能量有所增加。想到前进、实现你刚才制定的愿景的确令人兴奋。在实现你愿景前进的道路上，有时你会感觉好像看不到自己的愿景了。回想一下当初你制定愿景时、愈来愈清晰自己要甚么时的感觉以及当时拥有的能量。想一下你采取的的第一个行动步骤以及截止到目前你所取得的成就。认可你的成就。把自己带到充满能量的时刻，自己的情绪就会重新高涨。运动、沉思、练习瑜伽或者其它你需要做的一切，把自己带到充满能量、精力集中的时刻。想一下你已经取得成就以及你想要感激的人和事。注意你当下的感觉如何。

你会发现你的能量已经从内部的反省，甚至可能是消极的自我对话转移到了外部的精力集中。这种能量上的改变将会推动你前进，然后你需要制定出下一步的行动方案。

思考

1. 描述一个你自己真正处于前行状态的时刻。达到那一个状态，你自己做出了哪些方面的付出？
2. 为了达到你自己的目标并使自己得到持续前行的动力，你获得了来自生命中的哪些方面的支持？
3. 当自己完成上述过程的时候，你有何感受？

Coaching 应用

Coaching 就是关于付诸行动。因为客户想不断前进，想改变从而获得成效，所以他们才聘请我们。作为教练，我们不能代替他们去采取行动。但是，我们可以鼓励他们采取行动，然后帮助他们采取许多可以使事情进展的细小步骤。

理想的情况是，当客户开始 coaching 时，他已经准备好采取行动。客户寻求教练的这一行为高度表明他们准备好了在他们生活中做些变化。很多客户是带着行动计划或者策略进行 coaching 的。也有很多客户已经考虑过为了取得进步他们要采取的步骤，或者他们会就如何前进而征求你的意见。这些客户主要想从你这里得到的是让你去聆听、提问他们问题从而来帮助他们厘清他们计划和肯定他们取得的进步。

其它客户或许认为付诸行动比较困难，可能在此过程会更加依赖于你。当客户没有付诸行动时，你可以问他们一些行动问题来鼓励他们采取行动。下面是行动问题的一些例子：

- 你要采取的第一个步骤是什么？
- 一个勇敢的人对此将会怎么做？
- 现在什么事情需要发生呢？
- 现在做什么才有意义？
- 你能想到一些这周要采取的行动步骤吗？
- 如果你不去做此事将会有什么风险？
- 目前阻止你前进的是什么？

邀请客户行动

当客户谈论一个问题时，你将会想到很多行动建议。不要立即把这些建议讲出来。或许还有很多前进的方法，我们可以肯定的一点是，客户想到的那个方法是他们最想一直坚持下去的。对于新的教练来说，尤其是他们以前是做其它职业的，像顾问、谘商或者管理，别人经常征求他们的意见，这可能是一个挑战。如果你就是这样，你或许需要制定一个不要立即就给建议的策略。如果你想到一个建议，试着从一数到五。通常情况下，如果我们给客户一定的空间，并且问出好的问题，他们会有自己的行动建议。

但是，如果客户表明他们想前进，却想不出行动建议，尤其是会谈快要结束的时候，你或许需要提供一点思路。对此一种比较有礼貌的方式就是邀请。作为教练，你可以讲：“这周我邀请您在百忙之中抽出半天的时间来完成创建家庭办公室,您愿意这样做吗？”

对于客户付诸行动来说，你试图邀请他们，比较精彩的一点是他们不会感觉有压力或者有义务必须接受你的邀请。你仅仅是邀请他们去拓宽他们的视野，让他们去做最适合他们的选择。最终，还是他们自己做出选择。如果他们不接受邀请，这无所谓，你不应该去逼迫他们。最理想的情况是他们自己邀请自己。譬如，“我的确没有半天的时间，但是这周早晨七点到八点之间我会努力直到结束。”通常情况下，邀请客户帮助他们做出选择，他们会抓住机会的。

获得承诺

我们通常会避免向自己或者他人承诺，除非是迫不得已而为之。或者我们太轻易地许诺，当感觉诺言不好兑现时，就让他们随之而去。比如，“我承诺以后少吃冰激凌！”不幸的是，当我们避免承诺或者轻易承诺的时候，这将使个人形式的一些恶习显露出来，像惰性和拖延。一旦开始这种循环，就很难改掉这种恶习或者取得结果。

承诺可以为付诸行动提供架构。通过承诺，你会让自己对采取的某个具体行动负责，从而达到某种预期的效果。通过鼓励你的客户向你或者他们自己承诺，你将帮助他们改变他们的生活、他们的行为，实现他们渴望达到的目标。信守你的诺言并且鼓励客户遵守他们的诺言。一旦细节确定下来，一个行动建议就成为一个诺言。仅仅要求某人付诸行动是不够具体的。作为他们的教练，我们必须澄清他们预期的行动以及什么时候采取行动。这个层次上的细节或许正是你的客户前进中所缺少的。你可以通过提问帮助他们许诺。比如，当他们说“好的，我将会和老板谈谈”，你可以问“你什么时候和老板谈”？当他们说“好的，这周我会多打一些销售电话”，你可以问“你将会打多少个电话？”当他们说“我肯定会多去健身房”，你可以说“未来 30 天，你承诺去多少次？”

如果客户确实不想许诺，不要去逼迫他们，明白这点是很重要的。对于客户来说，信守诺言比树立不切实际的目标更有效。如果客户说：“好的，我承诺这周将去健身房三次”但是事实上你相信他可以去五次，不要去管它。如果承诺受到内疚感的驱使，那将是没有任何效果的。如果教练为承诺承担责任，那么客户的承诺也不会奏效。教练必须在一条敏感的、细微的分界线内发挥作用，一方面，激励并且支持客户前进、付诸行动，但是另一方面，如果客户固执己见，教练不要为客户的行为承担责任。每个教练都希望他的客户感觉很棒、不断前进以及实现他们

制定的目标，但是毕竟是客户的生活，如果客户他们看不到他们自己的行为，那么教练最终结果便是陷入客户的生活了。

没有付诸行动

如果你发现客户不愿意采取行动，或者他们承诺付诸行动但是没有坚持，那么可能是他们前进中遇到了障碍。他们或许还没有准备好下一步。如果这样的事情发生，找你的客户谈谈，查明阻碍他们的原因。或许是潜在的信念阻碍了他们的许诺。甚至潜在的信念会认为“这个 coaching 不会有什么效果的，随它去吧”。或许你不经意地鞭策他们朝着不适合他们的方向前进，或者不够富有挑战性，或者没有识别出并且认可他们正在采取的重要却很细小的步骤。最好问他们这样一个问题：“现在我能支持你行动起来的最好方法是什么？”

当过去笼罩未来时

我们每个人都会记得自己生活中过去发生的一些令人印象深刻的故事。我们经常会注意为什么我们会处于目前的形势，并且为处于目前的形势提供各种各样的细节。通常情况下，这给我们的暗示是目前我们所处的状态是过去种种行为和活动的必然结果。不幸的是，这种思维模式下的下一个逻辑步骤是事情必须维持现状，不能朝着好的方向改变。

你的客户或许会向你讲述他们生活中很多重要事情的细节。比如，为了讨论从他们工作中寻求更多的满足感，他们可能感觉有必要告诉你是如何得到目前的工作、他们为什么会做这份工作以及是什么阻止了他们跳出目前这份工作。有时，这些故事对于客户给自己定位和你去熟悉他们未来的计划是很有帮助的。但是，有时它们是阻碍前进的一种方式。如果客户正在谈论过去，你要足够的警惕从而去识别他们是不是沉溺于过去。有时，回顾过去可能正是阻碍客户前进的东西。

当客户讲述他们故事的时候，你要牢记你正在获得的信息既有事实，也有他们自己的阐释。特别是当听到他们解释为什么会处于生活中某个阶段时，一定要记住客户为故事添加了情节去解释目前的状况。虽然这些原因对客户来讲都是真实的，但是它们是事后才被想到的。人们总是事后诸葛亮。我们总是通过目前的形势来看待过去的事情。

当你和客户交谈你发现他们沉溺于过去时，你可以采取一些技巧去帮助他们前进。一种有礼貌的方式就是等他们停下来时，仅仅问个问题。“那么你希望它是怎样的？”“目前，在你的生活中你希望是什么样的？”通常情况下这将会奏效。另外两个问题是“你从过去的经历中学到了什么？”和“你如何把汲取的经验用于目前的状况？”

如果客户不停地详细解释过去而不回答你关于将来的问题时，一定要尽力帮助他们改变注意力。关于 coaching 方法，对客户要坦率明确。如果他们陷入这种情况并且倒退时，告诉他们 coaching 是基于行动，面向现在和未来的，并且帮助他们看清楚。

把重点放到优点上

不幸的是，生活中有些人只愿意注意他们的弱点或者缺点，很少注意到他们的优点。有些人误认为生活的目标就是不断地克服缺点，一直不给自己发光的机会。有些人认为生活中指出别人的缺点是他们的职责。这些人已经接受了“建设性批评”的说法。但是事实上，“建设性批评”几乎从来不是建设性的。同样我们习惯性地认为了解某人的缺点就是帮助他成长和发展。我们要求他人把缺点转变成优点，甚至有时我们认为我们应该擅长一切——毫无缺点。这种观点是有害的。每个人都有独一无二的优点。这是这些使得他们与众不同。强化这些优点就是发展他们的独特性。

这是一个很重要的 coaching 秘密：我们强调的是成长。如果我们强调优点，它们将会把我们带到美妙的地方。如果我们强调的是弱点，它们将支配我们的生活，阻止我们前进。让一个人行动起来的最佳方法之一就是强调他的优点并且肯定它们。如果客户的弱点就是阻止他们对优点满怀信心时，这时弱点才是一个问题。我们都有弱点，但是，除非它们妨碍我们实现自己的目标，否则他们在 coaching 会谈上是不值得强调的。其实，它们根本不值得强调。

你知道作家斯科特·菲茨杰拉德的拼字功底很差吗？不知道吗？那并没有影响他写作被全世界数百万人读过的美国文学最重要的小说之一《了不起的盖茨比》。那么你怎么会知道呢？这根本没有关系。如果菲茨杰拉德集中注意力去克服他拼写上的错误，而不是去写小说，这对于全世界和他自己将会是一个巨大的浪费。

问下客户他们是否能重组自己的弱点，也就是说用不同的方式去看待自己的弱点。不要让客户的弱点（或已经察觉到的弱点）阻碍他们的行动。

制定目标

任何人只要完成了任何有意义的事都自觉或不自觉地坚持一个目标。目标能够帮助我们把精力集中在某个目的上。当我们快要放弃时，目标能够支持我们度过难关。目标能够敦促我们集中精力从而实现它。教练支持客户行动起来

的方法之一就是支持他们制定和实现目标。一个想从生活中得到最多的人，通常同时制定了多个人生活和事业方面的目标。

客户制定目标的范围以及详细程度有很大的差别。有些人对他们生活的方向有大致的意识或者展望，希望在朝着大方向前进中制定一些短期目标上得到支持。有些人喜欢精心制作的带有详细的里程碑或者未来五年或十年目标的计划。无论目标是什么样的结构或形式，如果客户没有目标，教练可以提供一定程度的支持和责任。

目标和价值

作为教练，我们赞成支持客户制定以价值观为基础的目标。在制定目标前，客户必须先确定他们的价值观。使目标围绕客户的价值观将使目标引人入胜及令人信服，并且会引导客户前进。我们大多数人过着充实而忙碌的生活，一直和我们宝贵的时间和精力竞争。我们需要分清轻重缓急以便集中精力做重要的事情。通过制定以价值观为基础的目标，我们才能确保对时间和精力投入能得到最佳的回报，因为我们的成功将存在于对我们最重要的方面。

对于为什么很多人为他们自己制定的目标和他们的价值观不是紧密相连的或者不如其它的目标那样和他们的价值观紧密相连，是有很多原因的。一个普遍的原因是来自他人的压力，比如家庭和朋友。这方面的一个例子是由于家庭其它成员从事某个职业，或者该职业在他们家庭或者团体中有较高的地位，家庭中的那些追求该职业的成员就会感觉到压力。或者是那些被迫接手家族企业或者农场或者过早结婚的人。

人们为自己制定的目标和他们的价值观不紧密相连的另外一个原因是来自同龄人的社会压力。或许在他们的社交圈里，每个人都有某种房子或车子，或者度假屋。突然他们发现自己正朝着买一所新房的目标迈进，却从未考虑这是否是他们生活中真正想要的，或者这是否和他们的价值观紧密相连。

这种误差会呈现两种形式。首先他们能够实现目标，然后疑惑为什么实现了目标却没有想象中的那么令人愉快。或者，制定的目标仍然是目标，没有实现。比如，一位客户可能会说他的目标是买一处更有威望的房产，但是多数时候是把钱花在其它上面。那么，没实现目标会反而伤害这位客户的自尊，使他以后制定比较有意义的目标更加困难。

人们制定目标的一个普遍原因是因为这样做是正确的。这就是为什么戒烟和健身如此频繁地出现在新年规划的列表上。这两个都是令人称赞的目标，并且如果有正当的理由去追求将会有所收获。但是，由于别人对你寄予希望而制定的目标不一定能够实现。如果你的目标和价值观不是紧密相连的，那么你将很难保持动力十足，专心致志。如果目标和你更好的自己相符，并且支持你对于世界该如何的愿景，这样的目标更有可能实现。这种目标不但更容易被实现，而且会带来最持久的愉悦。

制定一个流程

一旦客户想制定目标的时候，你可以为他们提供很多制定和记载目标的工具、方法和策略。无论你提供哪种过程，它必须是为了支持客户，而不是仅仅为了逼迫他们去制定目标，这点很重要。一个流程或者方法都有其价值观，因此，确保这种价值观和客户一致。制定新年的规划是围绕某种信念的，如果你的客户没有这种信念，那么他们是不会在这个时间制定目标的。当然，这里所有的技巧里面并没有硬性的规定。制定和保持目标是一门艺术，而不是一门科学。成功实现目标的方法有很多种。

虽然实现目标的方法有很多，但是有些经过考验被证明很好的原则你可以用来支持客户实现他们的目标。

1. 把目标放在最前面。当客户制定了一些目标，一个好的问题是：“你怎么样能使这些目标被看到而不至于被遗忘呢”。客户或许会把它们记下来，放在明显的位置或者每天回顾一下它们。他们也可能关于每个目标写一个“誓词”或者正面的陈述，然后每天早晨把这些向自己重复。
2. 警惕目标劫持者。目标和行为必须一起工作。如果一个客户制定了一个目标，希望和家人一起度过更多的时光，然后又考虑去做一份需要大量洲际旅行的工作，那么他们的目标很可能被劫持。把目标放在最前面是阻止这种情况的一个好办法。另外一个办法就是问他们：“这个决定怎样才能对支持到你的目标？”或者“这样做会使你离目标越来越近还是越来越远？”记住客户完全有理由撇开那些对他们无用的目标。你要做的就是引导他们经历一个思维过程，在该思维过程中，比较一下他们的行为和他们的目标以便行为不会不经意地危害到目标。如果他们经历了这个思维过程，但是之后由于其它原因选择放弃一个目标，保留你的评断！
3. 提醒客户目标是马拉松赛跑，不是短距离疾跑。有时我们都会动摇，但是最关键的是整个旅程。客户不愿意制定目标的一个原因就是担心自己会因为不能实现目标而遭到批评。当他们在实现目标的道路上被不可避免的困难绊倒时，他们的教练从来不会批评或者评判他们，而是提供向他们支持的，客户明白这点很重要。长期目标会提供一个远景。短期目标能帮助我们集中精力并且获得成就感。记住要经常寻找到可认可之处——这是强调客户有所作为、他是很棒的方式。
4. 保持灵活。我们不应该鼓励客户实现目标过程中太死板，否则突然出现的大好机会就会擦肩而过。客户迈向成功时，他们是从已知领域出发，不断探索他们不知道的领域。这些新信息对他们的目标会有所影响。对于客户来说，他们改变或者放弃目标是很正常和正面的。没有实现目标和由于目标无用了而放弃目标的区别是，后者仍然对我们是有益的。通过围绕客户的价值观，他们在需要时可以无拘无束地去重新制定目标以便适应变化的现实。

5. 支持：有些目标一个人就能实现，但是有些需要他人的帮助。比如，要想保持房子整洁漂亮，仅仅靠制定目标的人是不够的，需要住在房子里的每个人共同努力。同样，很多任务厂的目标需要一些员工的一致同意。当协助客户制定目标时，值得问下他们制定的目标要不要他人的合作，值得帮助他们制定赢得他人支持的策略或者重新制定目标。
6. 架构：如果客户有个可以支持他们达成目标的架构，他们更加可能成功。当客户制定目标时，你有两个角色。一个是激励他们热衷于自己的目标，另外一个确保他们有个好的架构，以提高成功的机会。我们可以这样问他们：“为了使目标更容易实现，你可以有甚么架构呢？”
7. 用积极肯定而不是消极否定的措词描述目标。如果客户感觉在积极的带领下前进，而不是把自己推向消极，那么他们能实现更多的目标。你可以用很多方法支持他们致力于他们想要得到的，而不是去支持他们致力于想要丢弃的。一种方法就是用正面积极的语言去照映客户的语言。比如，如果一位客户说：“我想放弃我这份单调乏味、徒劳无益的工作，找一份好点的。”你可以回答：“好的，什么样的工作能使你为之感到满足和兴奋？”
8. 协商责任。有些客户希望你能有很强责任心的合作伙伴。他们希望你能记得他们的目标，询问他们目标进展中的重要事件。有些客户却可能认为这样做是很冒昧的。他们或许只想在他们的时间里和你一起制定目标，如果目标进行的顺利，他们不会想和你谈论目标的进展情况。如果客户和你一起制定目标，你要和他们协商好你要承担的责任。教练千万不能假设要对目标负责任，除非客户特别要求他们这样做。如果一位客户正在和你讨论目标，或者要求你检查目标，你可以这样问：“我怎样最能支持你实现这些目标？”或者“你想让我成为对你目标负有责任的合作伙伴吗？你怎么看这样做是可行的呢？”
9. 通常情况下，人们会被困在一个目标里，可能感觉目标“必须”实现。如果他们不能实现目标，他们感觉就像是失败者。作为教练，这是你重塑情况，让客户可以实现目标，不再受困的机会。客户在放松的心态下可以无拘无束的去制定更大更高的目标。如果客户

只注意到最后的结果，他们会错过过程。他们不能抓住当前，结果可能意识不到他们需要改变目前的路线和调整目标。

10. 庆祝！实现目标后庆祝一番是很重要的。和你的客户一起庆祝所取得的成就并且鼓励他们去庆祝他们所取得的成就。鼓励他们去庆祝取得的细小的进步。询问客户一个很有力的问题：“实现这个重要的目标，你打算如何庆祝一下啊？”

认同行动

保持在行动中是 coaching 的基本。coaching 开始时，你要让客户明白你希望他们能够付诸行动。但是，关于采取多少行动才算合适，你要从客户那里得到暗示。当客户朝着目标前进时，在你看来可能是一个细小的进步，但是对客户可能是一个很大的飞跃。一年内客户思维的转变可能是他取得的最大的成就。或者，你认为很富挑战性的阶段，但是客户轻而易举就跨过去了。为了使行动是可持续的，客户要保持一定的步伐，既要富有挑战性，又要能够管理。

当谈到行动时，三个最有力的工具就是认可、认可、再认可。同样认可也是基本的。我提到认可有多么重要了吗？明白了吗？鼓励采取行动最有力的方法就是当付诸行动时要给予认可。仅仅指出客户取得了多大的进步，或者他们的行动是多么的符合他们的价值观，这就将极大地鼓励他们朝着目标不断地前进。直到被他人点出自己走了多远，通常人们自己是意识不到的。这就是教练要提供的有力的服务。

或许你是客户生活中唯一肯定他的成长的人。或许你是唯一知道他们最重要目标的人。肯定他们取得的进步会使整个旅程轻松愉快，并且也确保客户从 coaching 过程中得到最大的获益。

反思

1. 行动在 coaching 中的角色为何？
2. 你认为询问客户行动的细节有什么益处？
3. 想一个你以前给自己制定并且已经实现了的目标。是什么因素让你实现了那个目标？
4. 在付诸行动中，认可扮演了甚么角色？