

Uitbreiding van het
coachingsrepertoire

E-COACHING AL

Technologische ontwikkelingen maken nieuwe vormen van werken mogelijk. Mensen kunnen contact met elkaar hebben, zonder dat ze op dezelfde tijd in de dezelfde fysieke ruimte aanwezig zijn. Daarmee ontstaan ook nieuwe vormen van leren, en in het verlengde daarvan ook weer nieuwe mogelijkheden voor begeleiding. Naast *face-to-face* gesprekken komen allerlei vormen van 'begeleiden op afstand' op. Voor de ene coach een gruwel, voor de ander een mogelijkheid om het eigen repertoire uit te breiden.

Voor de LVSC onderzochten we de stand van zaken op het gebied van e-coaching. We maakten een rondgang door de nog bescheiden literatuur over het onderwerp, interviewden aanbieders en afnemers over hun ervaringen, en experimenteerden zelf ook met diverse vormen van e-coaching in onze eigen begeleiding. In dit artikel presenteren we de voornaamste conclusies.

Vormen

E-coaching verwijst naar een vorm van begeleiden via een specifieke methode: de interactie tussen coach en klant vindt plaats met behulp van elektronische middelen. Die interactie kan synchroon plaatsvinden, door middel van directe actie en reactie op elkaar (*realtime*). De interactie kan ook asynchroon plaatsvinden; er is dan sprake van vertraagde of uitgestelde interactie. In de praktijk blijken coaches vier hoofdvormen van begeleiden op afstand aan te bieden: video-, tele-, chat- en mailcoaching.

1. Videocoaching

Skypen is het meest bekende voorbeeld van een een-op-een- of groepsontmoeting

online (ook wel *e-conferencing* of *videoconferencing* genoemd). Deze vorm lijkt het meeste op een *face-to-face* gesprek. Coach en klant kunnen elkaar via een webcam en eventueel een headset zowel zien als horen. De interactie verloopt synchroon, dus beide partijen kunnen direct op elkaar reageren. Omdat de coach en de klant beiden online moeten zijn, zal eerder een afspraak gemaakt zijn om elkaar te treffen.

2. Telecoaching

Bellen vindt plaats via telefoon of VoIP. Voice over IP (VoIP) kan opgevat worden als telefoneren via internet. Skype met uitschakeling van de video werkt op dezelfde wijze. Contact via de telefoon verloopt ook hier via synchrone communicatie en zal in de regel plaatsvinden op een vooraf vastgesteld tijdstip. Partijen kunnen elkaar niet zien, maar wel horen. Paralinguïstische aspecten (zoals toonhoogte, snelheid, timbre) blijven dus een onderdeel van de interactie.

3. Chatcoaching

Chatten is communiceren via *instant text messaging*. Een chatprogramma (bijvoor-



S UITDAGING

beeld MSN Messenger) biedt de mogelijkheid om *online* en synchroon met elkaar te communiceren via geschreven tekst, al dan niet voorzien van een emoticon om iets van de gevoelswaarde bij de tekst uit te kunnen drukken (zoals: ☺). Actie en reactie tussen klant en coach volgen elkaar in de regel kort na elkaar op.

4. Mailcoaching

E-mail (of webmail) vormt waarschijnlijk de meest voorkomende vorm van e-coaching. Bij gebruik van e-mail verloopt de communicatie tussen coach en klant asynchroon. Er hoeft dus geen afspraak gemaakt te worden om elkaar op een bepaald moment te treffen. Zowel klant als coach kunnen op een moment dat het hen schikt een bericht sturen of reageren op het bericht van de ander. Het tempo van het leerproces wordt bepaald door de reflecteerstroom van de klant. Mailberichten kunnen worden opgeslagen in de mailbox en teruggelezen door zowel klant als coach.

Blended coaching

Ofschoon e-coaches vaak wel een zekere voorkeur voor een bepaalde vorm van e-coaching hebben, komen we in de praktijk vooral mengvormen tegen: face-to-face-gesprekken afgewisseld met e-coaching, e-coaching in een gecombineerde vorm van mailen en chatten, of skype en bellen, enzovoort. Met het veranderen van de leerarchitectuur, verandert ook de rol van de coach als begeleider van het leerproces van de klant. Ook nog even een sms'je sturen ter bemoediging ('suc6!') of een link doorsturen naar een inspirerend filmpje op YouTube; het behoort allemaal tot de mogelijkheden. Een

nieuwe manier van begeleiden heeft zich aangediend.

Vraag

Als je googelt op e-coaching, blijken veel coaches naast gesprekken ook een vorm van e-coaching aan te bieden. Een rondgang langs collega's leert dat zij in de praktijk nog slechts erg beperkt met e-coachen bezig zijn. Het meeste contact verloopt toch gewoon realtime en face-to-face. Er lijkt nog weinig vraag naar te zijn. Nederland loopt wat dat betreft wat achter op het buitenland. In de Verenigde Staten en in Australië is coaching via telefoon heel gebruikelijk, vanwege de grote afstanden daar. Nederland is een vrij compact land, dus lijkt reizen hier minder bezwaarlijk. In Nederland is het eerste contact toch vooral een kwestie van direct face-to-facecontact. Dat lijkt vooral cultuur-bepaald. Maar daarna lijkt e-coaching wel degelijk mogelijk. Bijvoorbeeld als klanten in het buitenland verblijven, of als er nog tijd nodig is om het geleerde te laten beklijven. Waarschijnlijk past e-coaching vooral goed bij de jongere generaties Y en Z. Ook bij anderen vormt e-coaching op zijn minst een aanvulling op het bestaande arsenaal. Als voordeel van e-coaching wordt over het algemeen opgemerkt dat de toegankelijkheid van de coach toeneemt: de klant is immers niet langer afhankelijk van tijd en plaats van de coach. Tenminste, als hij toegang heeft tot een geschikt medium om met de coach in contact te treden. Bovendien maakt e-coaching een intensiever leertraject mogelijk vanwege de hogere frequentie van het contact tussen klant en coach en dat tegen geringere kosten (besparing reistijd, benodigde tijd 'om te landen', enzovoort).

Techniek

E-coaches kunnen gebruik maken van bestaande systemen zoals Skype, MSN Messenger of Outlook. Deze systemen kunnen echter geweerd worden binnen de beschermde omgeving van een organisatie. Ook zijn zij niet erg goed te beveiligen. Vandaar dat er zich inmiddels diverse aanbieders van technische systemen hebben aangediend, die verschillende vormen van e-coaching faciliteren (tabel 1). Vooral nog kampen de systemen nog met kinderziektes: beeld en geluid lopen niet helemaal synchroon of de gesprekspartners kijken naar elkaars gezicht op het scherm, maar niet in elkaars ogen omdat de webcam iets hoger staat. Verbetering van de techniek is vooral een kwestie van tijd.

Beleid

E-coaching vraagt van de coach ook om een toekomstvisie op de eigen begeleiding.

- Waarom zou je je met e-coaching bezig willen houden? Is dat omdat je huidige klanten het van je verwachten? Of zie je kansen in de toekomst? Hoe verhoudt e-coaching zich dan tot je reguliere aanbod? Is het ook ter vervanging van je gebruikelijke werkwijze? Of beschouw je het meer als aanvulling op je aanbod, bijvoorbeeld ten behoeve van nazorg? Op grond waarvan bepaal je dan wanneer e-coaching geïndiceerd is? En wanneer kun je het beter laten en kun je beter toch face-to-face afspreken? Hoe bepaal je eigenlijk welk medium voor de specifieke klant geschikt is? Is dat afhankelijk van hoe je klant leert, of speelt je eigen voorkeur als coach daar ook in mee?



Tabel 1. Overzicht van aanbieders en mogelijkheden van systemen

Naam	Video-	Tele-	Chat-	Mail-	Kennis delen	Opname functie	Logboek	Agenda beheer	> 1 pers.
Skype/MSN enz.	Ja	Ja	Ja		Ja		Ja		Ja
(Mob) telefoon		Ja				Ja			Ja
Outlook enz.				Ja	Ja		Ja	Ja	Ja
Coachconnect	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	
Coachi BV	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja		Ja	Ja	Ja
Markable	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja			Ja
I-Coaching	Ja	Ja	Ja		Ja			Ja	
Ecoachpro			Ja	Ja	Ja		Ja	Ja	
Cirquest	Ja	Ja			Ja	Ja			
Reflectie.nu			Ja	Ja	Ja		Ja		Ja
E-intervisie				Ja	Ja		Ja	Ja	Ja
Chatcoach			Ja		Ja		Ja	Ja	
Evelp			Ja	Ja	Ja			Ja	

- Hoe regel je de vertrouwelijkheid van de informatie? Dat is net als in een face-to-facegesprek ook heel praktisch: hoe zorg je dat je niet 'afgeluisterd' wordt? Wat doe je met informatie die over en weer gaat? Blijven logboeken bijvoorbeeld beschikbaar?
 - Wat vraagt dat medium van jou aan aanvullende scholing, en waar en hoe ga je die volgen? Diverse gespecialiseerde aanbieders van systemen voor e-coaching bieden behalve technische ondersteuning ook trainingen aan voor coaches die zich hierin willen bekwamen.
- E-coaching raakt ook het financiële beleid van de coach. Hoe ga je dat vormgeven? Bij veel aanbieders van bestaande systemen betaalt de coach een bepaald bedrag (meestal gedeeltelijk vast en gedeeltelijk variabel) voor gebruik ervan. De klant betaalt veelal een bedrag vooruit waarbij hij recht heeft op



een afgebakende hoeveelheid begeleidingstijd. Andere opties zijn een bedrag voor begeleiding over een vooraf overeengekomen periode (bijvoorbeeld een tot vijf weken) of een systeem waarbij de coach bijhoudt hoeveel tijd hij spendeert aan een bepaalde klant (bijvoorbeeld per mail).

Daarmee komen we ook op een ander punt: bij begeleiding op afstand kun je zelf als coach bepalen wanneer je werkt. Dat vraagt ook een zekere mate van *timemanagement*. Wanneer ben je beschikbaar voor een skype- of chatgesprek (op welke tijden kan een klant zichzelf inschrijven in jouw agenda)? Maar ook: hoe snel zeg je toe te reageren op een mail van je klant (en kun je dat ook waarmaken)? En hoe zorg je ervoor dat je je begeleidingstijd begrenst (wanneer stop je met reageren op mails en ga je even iets anders doen –bijvoorbeeld iets fysieks, zodat je zelf ook gezond blijft)?

Methodiek

In onze ervaring is e-coaching iets anders dan een gewoon face to face coachingsgesprek met moderne middelen. Het vergt zeker voor de coach een hele omschakeling in de begeleiding. De fysieke afwezigheid van de klant kan bij de coach het gevoel oproepen dat hij iets mist: hij moet het nu immers zonder non-verbale communicatie doen. Hoe kun je dan zorgen voor een goede werkrelatie met je klant; een relatie die de ander uitnodigt om vertrouwelijke informatie te delen? Voor zover hier onderzoek naar gedaan is in verband met e-therapie zijn klanten juist erg te spreken over de relatie met de e-therapeut. Over wiens behoefte aan fysieke nabijheid gaat het eigenlijk?

Het kost tijd om te wennen aan de eigenschappen van het medium; aan wat er wel en wat er niet mee kan. Hoewel je elkaar niet fysiek treft, is bijvoorbeeld enige afstemming nodig over de context waarin je je begeleiding aanbiedt. Hoe zorg je er bijvoorbeeld voor dat jij en je klant niet gestoord worden tijdens een skypegesprek? Omdat een e-coachingsgesprek vaak direct over de inhoud gaat, vraagt het ook om het regelen van de overgang van dagelijks werk naar gesprek. Zorg bijvoorbeeld dat je allebei iets te drinken bij de hand hebt. Ook andere fysieke aspecten van de context kunnen meespelen, bijvoorbeeld: wat is voor de klant via de webcam zichtbaar? Een kale witte muur als achtergrond, of een schilderij of plant, of een goed gevulde boekenkast –het doet allemaal wat. Maar wat...?

Elk medium werkt anders. Video verschilt bijvoorbeeld sterk van e-mail. Waar richt je je als coach op, als je alleen maar over tekst beschikt? Hoe hanteer je de relatie als je geen directe *feedback* van de ander krijgt? Hoe voorkom je dat je inhoudelijk gaat adviseren? Hoe zorg je ervoor dat je niet teveel van buitenaf gaat sturen? Mogelijk kan de bijdrage van de coach beperkt blijven tot enkele zinnen in de vorm van een bemoediging of aansporing, bedoeld om de ander tot kleine merkbare actiestappen te stimuleren. Vanuit de positieve psychologie is immers bekend dat bekrachtigen op papier veel sterker werkt dan mondeling. Dat kan het leerproces sneller op gang brengen en de motor op gang houden. Maar dan blijft de vraag: wat doe je als e-coach nog meer om het leren te

stimuleren? Dat is een terrein dat nog nader te ontginnen is.

Conclusie

De ontwikkeling van wat wel Het Nieuwe Begeleiden genoemd wordt, valt niet te stoppen. De vraag is dus niet of je als coach hier iets mee moet, maar *wanneer* je instapt. Waarom niet nu al op bescheiden schaal hiermee experimenteren en al doende met elkaar onderzoeken wat het beste werkt - al dan niet via de nieuwe media?

Discussieer u mee?
<http://lnkd.in/sFAUH4>



Fer van den Boomen is coach, opleider en auteur op het gebied van coaching.
www.fervandenboomen.nl

Marijke Cassee is managementcoach.
www.managementcoach.biz

Christa van Luyk is coach en opleider.
www.christacoaching.nl

Meer lezen?

Bijl, D. (2009). *Aan de slag met het nieuwe werken*.

Onder andere gratis te downloaden via

www.aandeslagmethnw.nl

Schalken, F. et al. (2010). *Handboek online hulpverlening: Hoe onpersoonlijk contact heel persoonlijk wordt*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.

Windrich, M. (2008). *Het succes v@n online coaching: Waarom het zo goed werkt*. Houten: Spectrum.

Een rapport van het door de auteurs uitgevoerde onderzoek naar e-coaching is op te vragen bij het secretariaat van de LVSC. www.lvsc.eu