



Szenvedély és profit

Soha nem vonzott a pénz. Ennek ellenére érdekes, hogy hosszú időt töltöttem el a pénz világában, közel tíz évig dolgoztam a bankszektorban marketingvezetőként.

Nem sokkal a Flow Coaching School befejezése után részt vettem egy nyílt esten, ahol a következő évfolyamra jelentkező hallgatók kaphattak tájékoztatást az iskoláról. Nekem, mint „öregdiáknak” az volt a feladatom, hogy élményeimet, tapasztalataimat megosszam az érdeklődőkkel. Itt történt, hogy egy, a pénzkereseti lehetőségre vonatkozó kérdésre válaszolva magam is meglepődtem a belőlem kiszakadó reakción:

„Hogyan is kérhetnék pénzt azért, amit én ennyire élvezek?”

Akkor még nem voltam biztos abban, hogy coach akarok lenni. Ma már az vagyok. Az ülések díjazása kapcsán is változott a hozzáállásom, de szerencsére a szenvedély megmaradt.

Nemrég a GestaltHétfő Estek keretében *Szenvedély és profit* címmel tartottunk szakmai workshopot és kerekasztal beszélgetést Vinkler Zsuzsi kolléganőmmel és meghívott vendégeinkkel. Bár Zsuzsi találta ki az elnevezést, akár az én történetem címe is lehetne.

A nagy érdeklődésből és az est folyamán zajló izgalmas beszélgetésekből kiderült, nem vagyok ezzel egyedül. Sok coach és terapeuta küzd azzal, hogyan árazza be magát. Mi a

munkánk értéke és ellenértéke? Ezek összefüggenek? Miként befolyásolja mindez a coachinggal, terápiával kapcsolatos gondolkodásunkat és érzéseinket?

„Nem az a kérdés, hogy ki mennyit szeretne kifizetni hanem, hogy mennyit tud. Azaz, hogy mennyit ér meg neki.”

A jó coach olyan, mint a bor? Aki nem ért hozzá az árcímke alapján kis szerencsével be tudja kategorizálni a minőséget? Aki drága, az valószínűleg jó is?

A válasz ennél összetettebb. Egy sikeres life coach ismerősöm megjegyzése érdekes adalék lehet a kérdésben. Tavaly nyáron látogattam el

„Létrehoztunk egy közösségi teret, ahol professzionálisan dolgozó, tapasztalt coachok találkozhatnak olyan társadalmilag hasznos célokért dolgozó szervezetek vezetőivel, amelyek nem engedhetik meg maguknak ezt a kiadást.”

sem dolgoztak.

nézzem új munkahelyét, amit több coach társával együtt egy Oktogonhoz közel eső klasszikus, nagy belmagasságú polgári lakásban bérel. Két ülés között a konyhában beszélgettünk, és meglepően nagy volt a csend, egyik szobában

hozzá,
hogyan meg-

„Áhh, jegyezte meg lemondó fintorral, ők is business coachok, mint Te. Annyit keresnek, hogy nyáron simán kihagyhatnak két hónapot. Ilyenkor leköltöznek a Balatonra.”

Egy life coach, vagy egy terapeuta ezt nem engedheti meg magának? Kevesebbet érne a munkája? Egy fillérrel sem. Azonban más a life coaching és a terápia pozícionálása, így az ellenértéke is. A magyarázat pedig pofon egyszerű és kicsit közhelyes is: nem mindegy, hogy valaki magánemberként, zsebből fizeti az ülést, vagy a cége számolja el a HR-, tréning- vagy fejlesztési keret terhére. És ez így, persze, meglehetősen igazságtalan.

Én ezzel az igazságtalansággal, executivecoachként, nem vagyok kibékülve. Amivel kompenzálni tudom, az a saját árazási stratégiám, amit a CommonPurpose Egyesület alapítójától tanultam. A társadalmilag felelős vezetők képzésében tevékenykedő egyesületben külön árazás van a non profit, a for profit és a közszféra vezetőinek fejlesztésére. Még ezen belül is rugalmasak a keretek, közösen egyeztetik az árat.

Nem az a kérdés, hogy ki mennyit szeretne kifizetni hanem, hogy mennyit tud. Azaz, hogy mennyit ér meg neki.

Jó ideje tesztelem ezt a stratégiát. Nekem is külön árazásom van a non profit és civil szektorban dolgozók számára, és van egy for profit (kis- és középvállalati, nagyvállalati) áram. Amikor leülök beszélgetni valakivel, általában „tól-ig árat” mondok és sokszor érenek izgalmas meglepetések, hogy ki hogyan reagál erre.

Volt már olyan éppen munkanélküli, karrierváltásban lévő tréner ügyfelem, aki a legmagasabb kategóriát választotta, és olyan jól menő üzletember is, aki a legalacsonyabbat. Én azt a minimum árat határozom meg, aminél nem szívesen mennék lejjebb. Így minden alkalommal elégedett vagyok, miközben nagyon érdekes folyamat megfigyelni a reakciókat, válaszokat, és azt is, hogy mindezt magam hogyan élem meg.

Ha pszichológiai oldalról vizsgálom ezt a kérdést, a reklámok és a marketing által sugallt



heurisztika –ami jó, az drága; ami drága, az biztosan jó – alapján az önértékelésemnek is illeszkednie kellene a folyamat árazásához. De ez nem így van.

A legjobban ugyanis a pro bono folyamatokat becsülöm. Félreértés ne essék, semmi problémám nincs azzal, ha valaki egy általános iskolai tanár fél havi fizetését keresi meg egy felsővezetői coaching üléssel. Inkább azzal van bajom, hogy a tanároknak ilyen alacsony a keresete, és hogy egy iskolaigazgató (vagy pedagógus, edző, állami alkalmazott orvos, nonprofit vagy civil vezető, illetve a közsférában dolgozó) nem tud business coachingra menni.

Az is lehet, hogy ez bennem még mindig egyfajta kompenzáció a tíz év bankszektorban töltött időre. Mindenesetre egy olyan ösztönző erő, ami egy különleges projekt, a Coach4Good elindítására sarkallt. Küldetésünk támogatni a társadalmilag hasznos célokért dolgozó vezetőket.

Létrehoztunk egy közösségi teret, ahol professzionálisan dolgozó, tapasztalt coachok találkozhatnak olyan társadalmilag hasznos célokért dolgozó szervezetek vezetőivel, amelyek nem engedhetik meg maguknak ezt a kiadást.

Coachinggal támogatjuk azokat, akik másokat támogatnak. A kezdeményezésben résztvevő coachok számára pedig lehetőséget teremtünk arra, hogy új szektorokban is tapasztalatokat szerezzenek. Ezzel egyidejűleg olyan szakmai műhelyt is alapítunk, ahol helye van a különböző szektorokban dolgozó coachok tudásmegosztásának.

És ezt óriási lelkesedéssel, szenvedéllyel csináljuk. Számomra ez a legnagyobb profit.

