



Koučink je v současné době v Česku neuvěřitelně populární a věnuje se mu doslova kde kdo. Jenže u koučovacího modelu GROW se mu bez problémů a výčitek můžete věnovat i vy sami a třeba i bez kouče. Stačí pár dobře cílených otázek a můžete se dobrat něčeho, co je sice zřejmé, ale co by vás v danou chvíli třeba nenapadlo.

### Není GROW jako GROW

V úvodu je dobré říci, že model GROW není nijak přesně definován, spíš se jedná o jakýsi rámec a posloupnost otázek, na které byste se měli ptát, pokud se chcete dobrat kýženého výsledku. Dokonce se přesně ani neví, kdo s modelem GROW přišel a kdy přesně vznikl. Podle Wikipedie se objevil v oblasti korporátního koučinku v 80. letech minulého století ve Spojeném království. Název GROW je složen, podobně jako třeba [SMART](#), z prvních písmen anglických slov, která popisují jednotlivé kroky. I proto narazíte také na název G. R. O. W. model. Drobný problém je v tom, že stejně jako u

#### [SMART](#)

, není výklad jednotlivých písmen tak úplně jednotný. Zejména u O se pak někdy rozpadá na dva různé podvýznamy, které oba dávají smysl. Cílem GROW modelu, ať už si pod jednotlivými písmeny představíte kterýkoliv z významů, je rychle a relativně snadno nalézt cestu, jakým způsobem se dostat ke kýženému cíli. Tímto cílem přitom může být jak cíl společnosti, tak třeba cíl ve vašem osobním životě. Důvodem úspěchu GROW přitom není ani tak samotná struktura pokládaných otázek jako spíše fakt, že se postupným opakováním dotazovacích procesů dá dobrat od zdánlivě vzdáleného cíle až ke konkrétním krokům, které budete muset pro jeho dosažení učinit třeba hned zítra.

### Goal neboli cíl

První otázkou, která přichází v koučovacím modelu GROW na řadu a kterou si stejně dobře dokážete položit i vy sami, je – „Jaký je váš cíl?“ případně „Kam byste se chtěli dostat?“ Aby celý proces k něčemu vůbec byl, je nezbytné cíl jasně definovat, nejlépe podle metodiky [SMA](#)

### RT

případně její rozšířené verze

### SMARTER

. Bez správné definice cíle nebude metoda GROW totiž fungovat.

Sir John Whitmore shrnuje úkoly fáze „G“ do několika bodů. Výsledkem této fáze by měla být nejen samotná definice cíle, ale také porozumění tomu, co bude třeba pro jeho dosažení udělat a jak přesně má vypadat požadovaný výsledek. Tato fáze tak dává dotazovanému možnost ujasnit si vůbec, co chce dosáhnout. Překvapivě mnoho lidí totiž nezná odpověď na otázky typu: „Co chcete v životě dosáhnout?“ nebo „Kde chcete být za pět let?“ což jsou mimochodem dvě typické otázky, který vám položí člověk, který si přečetl příručku „Manažerem snadno a rychle,“ což ovšem nijak nesnižuje význam odpovědí na ně.

## **Reality neboli skutečnost**

Pod „R“ se pak skrývá popis skutečné stávající situace, a to ve smyslu toho, v jakém konkrétním stádiu se dotazovaný při dosahování svého cíle nachází. Tázaný zde má za úkol vyjmenovat všechny kroky, které na cestě k cíli už podnikl a případně také zhodnotit jejich efektivitu a případně i to, proč doposud nebyly úspěšné. V téhle fázi pak podle Sira Whitmora má dotazovaný dospět také k identifikaci interních překážek ke splnění cíle, protože faktem je, že velká část bariér k naplnění našich cílů je ve skutečnosti v nás – ať již v malém odhodlání, přílišném pesimismu nebo malé vytrvalosti. Jako vhodné otázky pro tuto fázi můžete použít třeba:

V jaké přesně se teď nacházím situaci?

Jaké překážky mi nyní stojí v cestě za splněním mého cíle?

Co jsem doposud pro naplnění svého cíle udělal a mohl jsem to udělat jinak?

Jaké mám k dispozici nástroje pro naplnění mého cíle?

Napsal uživatel Martin Zikmund

Čtvrtek, 08 Zář 2011 13:58 - Aktualizováno Čtvrtek, 08 Zář 2011 14:01

---

Může mi s tím někdo nebo něco pomoci?

Plyne z dosavadního snažení nějaké poučení?

### Obstacles neboli překážky

Nyní se dostáváme právě k onomu spornému „O.“ Wikipedia [1] totiž zmiňuje rozpad „O“ na Obstacles neboli překážky a Options neboli možnosti. Pod překážkami pak rozumí analýzu zejména budoucích překážek, které se vyskytnou při snaze naplnit váš cíl. Jedná se de facto o [Analýzu rizik a kritických faktorů úspěchu](#)

, která by měla být nedílnou součástí tvorby každé strategie. A GROW model právě není ničím jiným, než přípravou strategie, byť trochu neortodoxním způsobem a bez studií proveditelnosti, [SWOT](#)

a

[PEST](#)

analýz, atd. Většinou se však překážky (i ty budoucí) definují v předchozím kroku.

### Options neboli možnosti

Mnohem častější a pravděpodobně také původní výklad „O“ je však Options neboli možnosti. V této fázi je třeba nalézt způsoby, jak vyřešit překážky, které stojí na cestě k našemu úspěchu. V hledání řešení nám přitom může výrazně pomoci [Disney management method](#), která nás donutí najít i méně ortodoxní metody jejich odstraňování. V této fázi jde přitom hlavně o to, sepsat si všechny možnosti postupu. Sir Whitmore [3] zde dává také důraz na to, abychom se zabývali i tím, jak se jednotlivé alternativy mohou v budoucnu vyvinout (v čemž nám v případě tvorby firemní strategie může pomoci

[PEST analýza](#)

). Poměrně dobrá rada, kterou dává Jean Paul Cortes [2] je ta, že bychom se měli soustředit na ty varianty, ve kterých můžeme těžit ze svých silných stránek, což do celého procesu tvorby strategie pomocí GROW přináší i onu

[SWOT analýzu](#)

.

### What will you do aneb co budete dělat

Posledním krokem je pak definice toho, co se bude dělat. Pod písmenem „W“ přitom najdete širokou škálu výkladů – What Will You Do, Way Forward (cesta kupředu) nebo třeba Will (vůle). Význam je však ve finále podobný. Úkolem tohoto kroku je podle Sira Whitmora [3] hlavně pochopit to, co jsme se během analýzy v prvních třech krocích naučili a toho, co všechno jsme schopni změnit. Dále by mělo dojít k vytvoření souhrnného plánu následujících kroků, měli

bychom si shrnout naše očekávání a případně i rozdělit odpovědnost za jednotlivé kroky. Podle Cortese [2] je vhodné se také zeptat na to: „Co by v dlouhodobém horizontu udrželo naši motivaci k naplnění těchto kroků?“ K tomu nám může vhodně posloužit nastavení motivace podle konceptu [MOTIVATION](#). Cortes [2] také říká, že je nanejvýš vhodné si definovat, co můžeme udělat teď hned.

### GROW jako rekurze

Zajímavou metodou, jak využívat GROW je využití „rekurze“ neboli využít GROW opakovaně i na jednotlivé body, ke kterým se v první iteraci (běhu) dobereme. Síla GROW je totiž v jeho jednoduchosti i rychlosti. Pokud tedy například při definici možností dospějeme k nějaké alternativě, můžeme na chvíli odbočit od „hlavního vlákna“ a znovu se začít ptát, jaký bude při zvolení alternativy náš cíl, kde zrovna jsme v jeho naplňování, jaká alternativy máme ke splnění cíle definovaného v této alternativě, atd. Častější však bude použití GROW až v posledním kroku, kdy si definujeme cestu, kterou se chceme za splněním našeho cíle vydat.

Rekurzivní použití GROW přitom v terminologii strategického managementu není ničím jiným, než rozpadem strategických (dlouhodobých) cílů na taktické (střednědobé) cíle a v další iteraci na operativní (krátkodobé) cíle. Díky GROW nám tak relativně nenásilnou formou vypadne z původní otázky: „Kde chceme být za pět let?“ úkol: „Zítra udělej to a to, aby si naplnil svůj první operativní cíl.“

### Na co si dát pozor

Celý model GROW je jednoduchý, rychlý a efektivní právě proto, že poněkud zanedbává některé důležité, časově náročné, prvky jako jsou nejrůznější analýzy trhu, matematické modely, studie proveditelnosti atd. Tyto prvky zanedbává dost možná i proto, aby udržel v dotazovaném člověku dostatečnou míru optimismu a nadšení pro věc. Záměrně jsou tedy zanedbávány nebo podceňovány některé překážky (na druhou stranu může dojít i k přeceňování některých jiných překážek). Výsledkem potom může být, že se nám nebude snažit cíle naplňovat tak, jak jsme si to představovali, což může vést k deziluzi a především ztrátě motivace, která je pro naplnění libovolného cíle důležitá. Osobně bych to mohl nazvat syndromem posledního maratonského běžce, kdy vás na 10. km (ze 42) už všichni předběhli (tj. už v začátku jste se ocitli za svými původními očekáváními).

Je proto nanejvýš důležité, stejně jako u libovolné jiné strategie, tvrdohlavě nesetrvávat u původně definovaných cílů a postupů a kontinuálně provádět revizi celé strategie – tj. opětovný průchod vašich cílů GROW modelem. Tím spíš je to důležité, že GROW model dává ve fázi „R“ důraz nejen na popis stávajícího stavu, ale také na to, proč se věci nemají tak, jak jsme

Napsal uživatel Martin Zikmund

Čtvrtek, 08 Zář 2011 13:58 - Aktualizováno Čtvrtek, 08 Zář 2011 14:01

---

předpokládali a co jsme mohli udělat jinak a proč. GROW model je tak vhodné v adekvátně vzdálených intervalech (kde délka „adekvátně“ by měla být přímo úměrná době, do které chceme naplnit definovaný cíl) poctivě opakovat.

### Použité zdroje a literatura

1. GROW model. In Wikipedia : the free encyclopedia [online]. St. Petersburg (Florida) : Wikipedia Foundation, [cit. 2011-09-08]. Dostupné z WWW: <[http://en.wikipedia.org/wiki/GROW\\_model](http://en.wikipedia.org/wiki/GROW_model)>.
2. CORTES, Jean Paul. What Is Coaching [online]. 2006 [cit. 2011-09-08]. How To USE The G.R.O.W. Coaching. Dostupné z WWW: <<http://www.what-is-coaching.com/grow-coaching-model.html>>.
3. WHITMORE, Sir John. Performance consultants international [online]. 2011 [cit. 2011-09-08]. The GROW Model. Dostupné z WWW: <<http://performanceconsultants.com/header-coaching/the-grow-model>>.