

Voor  mens

HEALTH COACH

CURSUS

NAAM

Welkom bij de Health Coach cursus van 'Voor mens'!

Deze opleiding biedt je de belangrijkste vaardigheden en kennis om anderen effectief te begeleiden naar een gezondere levensstijl.

Ik ben Dylan Hermans, een expert in personal training, voeding en holistische gezondheid, met meer dan 75 opleidingen en 12 jaar ervaring als coach en therapeut.

Door de jaren heen heb ik meer dan 2500 mensen geholpen – waarvan 2000 vrouwen – en waardevolle inzichten opgedaan in wat echt werkt.

In deze cursus deel ik die kennis met jou. We behandelen onder andere voedingsplannen, correctieve oefeningen en mentale coachingstechnieken die bijdragen aan blijvende gezondheidsverbetering.

Met specialisaties in o.a. voedingsleer (PN), correctieve oefeningen (NASM) en mentale coaching (CIVAS), biedt deze cursus waardevolle tools, of je nu net begint of je skills wilt verdiepen.

Laten we samen groeien en beter worden.
Let's get better together!

Dylan Hermans



OVER MIJ

Hey, ik ben Dylan Hermans, oprichter en zaakvoerder van **Voor mens**. Ik heb **Voor mens** opgericht om mensen te helpen een gezonder en energiever leven te leiden.

Met mijn expertise in orthomoleculaire therapie en mijn ervaring als online coach, wil ik mensen begeleiden naar een gelukkiger en vitaler leven.

LES 3: MINDSET, INTAKE & SCREENING

Welkom bij les 3 van de opleiding tot Health Coach!

In deze les duiken we dieper in het onderwerp mindset coaching, de rol van het intakegesprek, en de technieken voor het screenen van nieuwe klanten.

Dit zijn drie belangrijke onderdelen van het coachingsproces die bepalen hoe succesvol je klanten kunnen zijn op weg naar een gezondere leefstijl.

WAT IS MINDSET?

Mindset is de mentale houding en het denkkader waarmee iemand de wereld benadert. Het omvat iemands overtuigingen over zichzelf, hun capaciteiten en de wereld om hen heen.

Mindset is niet alleen bepalend voor prestaties en doorzettingsvermogen, maar beïnvloedt ook hoe iemand omgaat met uitdagingen, hoe hij of zij gemotiveerd blijft, en hoe men reageert op tegenslagen.

In de context van gezondheid en welzijn is mindset belangrijk: het bepaalt of iemand in staat is om de gedragsveranderingen vol te houden die nodig zijn voor een gezonde levensstijl en persoonlijke groei.

Een sterke, positieve mindset helpt iemand om obstakels te overwinnen en doelen te bereiken, terwijl een beperkende mindset juist kan leiden tot negatieve denkpatronen en opgeven.

DE BASIS VAN MINDSET: OVERTUIGINGEN EN IDENTITEIT

Mindset wordt in de kern gevormd door twee belangrijke componenten:

- Overtuigingen (de gedachten die mensen hebben over hun vaardigheden en mogelijkheden)
- Identiteit (hoe zij zichzelf zien)

Samen vormen deze componenten een krachtig kader dat zowel positieve groei als stagnatie kan ondersteunen, afhankelijk van de inhoud en kwaliteit van deze overtuigingen en identiteit.

OVERTUIGINGEN: DE KRACHT VAN GEDACHTEN

Overtuigingen zijn de ideeën die iemand over zichzelf heeft, vaak op een diep niveau, en deze kunnen positief, negatief of een mengeling van beide zijn.

Deze overtuigingen zijn bepalend voor hoe iemand omgaat met uitdagingen en doelen. Zo kunnen overtuigingen motiverend en versterkend zijn, of juist beperkend en ontmoedigend.

Enkele voorbeelden van deze invloed:

- **Positieve overtuigingen:** Dit zijn gedachten die iemand in zijn kracht zetten, zoals: "Ik heb de capaciteit om mijn gezondheid te verbeteren" of "Ik kan doorzetten, zelfs als het moeilijk wordt." Positieve overtuigingen leiden vaak tot actie en doorzettingsvermogen.
- **Negatieve overtuigingen:** Belemmerende gedachten zoals "Ik ben gewoon geen sportief type" of "gezond eten is niet voor mij weggelegd" kunnen iemand vastzetten in negatieve patronen en ervoor zorgen dat ze geen poging doen om hun gedrag te veranderen.

In coaching is het belangrijk om de onderliggende overtuigingen van een klant te doorzoeken, omdat deze overtuigingen invloed hebben op hun motivatie, inzet en weerbaarheid.

Door samen met een klant te werken aan het herkennen en transformeren van belemmerende overtuigingen, kan een Health Coach helpen om deze om te zetten in positieve, constructieve overtuigingen die ondersteuning bieden bij gedragsverandering.

IDENTITEIT: ZELFBEELD EN ZELFCONCEPT

Identiteit draait om hoe iemand zichzelf ziet en het zelfbeeld dat men over de jaren heeft opgebouwd. Dit zelfconcept omvat vaak veel van de overtuigingen die iemand heeft, maar gaat verder door een hele "ik" of "wij" neer te zetten waarin men zich herkent.

Identiteit vormt vaak de basis van langdurig gedrag en is daarom een belangrijk element in persoonlijke ontwikkeling.

- **Positief zelfbeeld:** Iemand die zichzelf ziet als "gezond, actief en toegewijd" zal vaak gemakkelijker gezonde keuzes maken, omdat deze keuzes in lijn zijn met zijn of haar identiteit. Deze mensen zijn eerder geneigd om uitdagingen aan te gaan en vol te houden, omdat dit hun zelfbeeld bevestigt.
- **Beperkend zelfbeeld:** Iemand die zichzelf ziet als "iemand die niet kan veranderen" of "van nature ongezond" kan moeilijker gemotiveerd blijven om gezonde keuzes te maken. Dit negatieve zelfbeeld werkt vaak als een blokkade, omdat deze mensen geneigd zijn om onbewust gedrag te kiezen dat hun beperkende identiteit bevestigt.

Het is de taak van een Health Coach om klanten bewust te maken van hun identiteit en hoe deze in lijn (of juist in conflict) is met hun doelen. Door klanten te begeleiden naar een identiteit die positief samenhangt met hun gezondheidsdoelen, kunnen ze een duurzame verandering realiseren.

DE INVLOED VAN MINDSET OP GEDRAGSVERANDERING

In de context van gezondheid en welzijn is mindset meer dan alleen een manier van denken; het is een bepalende factor voor het doorzetten bij uitdagingen en het blijvend veranderen van gedrag.

De kern van gedragsverandering ligt niet alleen in het veranderen van acties, maar ook in het veranderen van gedachten en gevoelens over het eigen kunnen en de betekenis van gezondheid.

- **Fixed mindset versus growth mindset:** De theorie van Carol Dweck over een "fixed" en "growth" mindset laat zien hoe iemands benadering van leren en ontwikkelen kan worden beïnvloed door hun overtuigingen over eigen talenten en intelligentie. Mensen met een fixed mindset geloven dat hun eigenschappen vaststaan ("Ik ben gewoon niet sportief"), terwijl mensen met een growth mindset geloven dat ze zich kunnen ontwikkelen door inspanning ("Ik kan sportiever worden als ik oefen"). In gezondheidscoaching helpt een growth mindset om nieuwe gewoonten aan te leren en door te zetten bij tegenslagen.
- **Zelfeffectiviteit:** Dit is het geloof dat men in staat is om een specifieke taak met succes uit te voeren, en het speelt een grote rol in gedragsverandering. Zelfeffectiviteit helpt iemand om obstakels te zien als uitdagingen die overwonnen kunnen worden, in plaats van als blokkades. Health Coaches kunnen de zelfeffectiviteit van hun klanten versterken door successen te benadrukken, doelgerichte feedback te geven en haalbare doelen te stellen.

VRAGEN VOOR ZELFREFLECTIE BIJ DE KLANT

Zelfreflectie is een krachtig hulpmiddel voor klanten om inzicht te krijgen in hun huidige mindset en de overtuigingen die ze mogelijk tegenhouden om hun doelen te bereiken.

Enkele belangrijke vragen om te verkennen:

- **Wat geloof je over je eigen vermogen om veranderingen door te voeren?**
 - Deze vraag helpt de klant om bewust te worden van hun overtuigingen over verandering.
 - Geloven ze dat ze in staat zijn om veranderingen vol te houden, of denken ze dat ze beperkt zijn door hun omstandigheden?
 - Dit inzicht kan een eerste stap zijn om beperkende overtuigingen te identificeren en te veranderen.
- **Zie je jezelf als iemand die zijn of haar doelen kan bereiken?**
 - Door deze vraag te stellen, krijgt de klant de kans om na te denken over hun identiteit en zelfbeeld.
 - Deze vraag helpt om te verkennen of de klant zich ziet als een "gezond persoon" of iemand die moeite heeft met het behalen van gezondheidsdoelen.
- **Wat zijn je grootste mentale obstakels op het gebied van gezondheid en welzijn?**
 - Deze vraag moedigt de klant aan om na te denken over hun belemmerende overtuigingen en angsten.
 - Het helpt om mentale blokkades te herkennen, zoals angst om te falen of twijfels over het eigen kunnen. Door deze obstakels te verwoorden, kunnen klanten en coaches samen strategieën ontwikkelen om deze uitdagingen aan te pakken.

PRAKTISCHE TECHNIEKEN OM MINDSET TE VERBETEREN

- **Herformuleren van negatieve gedachten**

- Het herkennen en actief herformuleren van negatieve gedachten naar positieve, opbouwende gedachten kan een groot verschil maken.
- Bijvoorbeeld: "Ik ben niet goed in sporten" kan worden omgezet in "Ik leer steeds beter hoe ik gezond kan bewegen."
- Dit helpt om beperkende overtuigingen los te laten en een positieve mindset te versterken.

- **Doelen stellen met de SMART-methode**

- Door doelen te stellen die specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden zijn, kan een klant concrete stappen zetten om succes te behalen.
- SMART-doelen geven structuur en bieden duidelijke richting, wat zelfvertrouwen kan opbouwen en motivatie versterkt.

- **Visualisatietechnieken**

- Visualisatie is een krachtige techniek waarbij de klant zich voorstelt hoe het voelt en eruitziet om hun doelen te bereiken.
- Dit helpt bij het versterken van het vertrouwen in het eigen kunnen en het creëren van een positief toekomstbeeld dat hen motiveert om door te zetten.

- **Succes bijhouden en vieren**

- Het bijhouden van kleine successen, zoals het voltooien van een gezonde week of het halen van een eerste streefgewicht, helpt om de zelfeffectiviteit te vergroten en door te zetten bij tegenslagen.
- Het regelmatig vieren van vooruitgang, hoe klein ook, versterkt een growth mindset en helpt de klant om verder te gaan.

DE ROL VAN MINDSET IN GEZONDHEID EN WELZIJN

Mindset is de sleutel tot het doorbreken van oude patronen en het realiseren van duurzame gedragsverandering. Door samen met klanten te werken aan een positieve, groei-gerichte mindset, kan een Health Coach bijdragen aan meer dan alleen fysieke gezondheid. Een sterke mindset helpt klanten om bewuster en sterker in het leven te staan, uitdagingen aan te gaan en een blijvende verandering in hun gezondheid en welzijn te realiseren.

HET BELANG VAN MINDSET COACHING

Mindset is vaak een van de grootste motoren of obstakels voor gedragsverandering. Terwijl veel mensen vastzitten in oude patronen, biedt mindset coaching de tools om negatieve, belemmerende overtuigingen om te zetten in een positieve, op groei gerichte houding.

Gedragsverandering gaat verder dan het aanleren van nieuwe gewoontes; het vereist een verandering in hoe mensen denken over zichzelf, hun capaciteiten en hun mogelijkheden. Health Coaches spelen hierin een sleutelrol, omdat zij klanten kunnen helpen om hun mentale barrières te doorbreken en een duurzame, positieve mindset te ontwikkelen.

WAAROM IS MINDSET COACHING ZO BELANGRIJK?

Mindset coaching is essentieel omdat het klanten niet alleen helpt om hun doelen te bereiken, maar ook om deze te blijven volhouden op de lange termijn. De reden dat veel mensen vastlopen in hun inspanningen is vaak niet het ontbreken van wilskracht of talent, maar eerder een diepgewortelde overtuiging dat ze niet kunnen veranderen of dat hun inspanningen geen resultaat zullen opleveren. Mindset coaching daagt deze overtuigingen uit en vervangt ze door gedachten die groei en ontwikkeling stimuleren.

Enkele kernredenen waarom mindset coaching zo krachtig is:

POSITIEVE MINDSET BEVORDERT VOLHARDING

Een positieve mindset zorgt ervoor dat klanten uitdagingen als leermogelijkheden zien in plaats van obstakels. Dit idee is sterk verwant aan het concept van een groeimindset, dat stelt dat kwaliteiten en vaardigheden niet vaststaan maar ontwikkeld kunnen worden.

Mensen met een groeimindset geloven dat zij zich kunnen verbeteren door middel van inspanning, leren van fouten, en doorzettingsvermogen. Hierdoor zijn ze veerkrachtiger bij tegenslagen en blijven ze gemotiveerd om hun doelen te bereiken, ook als de resultaten niet direct zichtbaar zijn.

- **Veerkracht en doorzettingsvermogen:** Klanten die leren om uitdagingen te zien als kansen in plaats van als mislukkingen, ontwikkelen de mentale weerbaarheid die nodig is om door te gaan, zelfs wanneer het moeilijk wordt. Mindset coaching helpt klanten om bij tegenvallende resultaten niet op te geven, maar in plaats daarvan door te zetten en aanpassingen te maken waar nodig.
- **Focus op proces en groei:** Een positieve mindset zorgt ervoor dat klanten niet enkel gefocust zijn op het eindresultaat, maar ook waardering hebben voor het proces. Hierdoor bouwen ze vertrouwen op in hun vermogen om te veranderen, zelfs als het tijd kost.

VERGROTEN VAN ZELFEFFECTIVITEIT

Zelfeffectiviteit, ofwel het geloof in eigen kunnen, speelt een belangrijke rol bij gedragsverandering. Klanten met een hoog niveau van zelfeffectiviteit hebben vertrouwen in hun vermogen om met uitdagingen om te gaan en zien zichzelf als capabel om veranderingen door te voeren.

Mindset coaching versterkt deze zelfeffectiviteit door klanten te helpen om kleine, haalbare stappen te zetten die hun zelfvertrouwen vergroten.

- **Haalbare doelen stellen:** Een mindset coach helpt klanten bij het stellen van realistische en haalbare doelen, die stap voor stap leiden tot grotere veranderingen. Het succes van elke stap bouwt vertrouwen op, wat cruciaal is voor het vasthouden van de motivatie op de lange termijn.
- **Positieve zelfspraak en visualisatie:** Het gebruik van positieve zelfspraak en visualisatietechnieken in mindset coaching helpt klanten om een sterkere band te ontwikkelen met hun eigen potentieel. Door regelmatig te reflecteren op hun groei en succes, ontwikkelen ze een sterkere overtuiging dat ze tot grote veranderingen in staat zijn.

LANGETERMIJNMOTIVATIE: VOLHOUDEN BIJ OBSTAKELS

Gedragsverandering is geen lineair proces; het is vaak een weg met ups en downs. Mensen die hun mindset hebben getraind om met tegenslagen om te gaan, blijven gemotiveerd op de lange termijn. Ze begrijpen dat kleine terugvallen normaal zijn en geen teken dat ze moeten stoppen.

- **Motivatie in moeilijke tijden:** Mindset coaching bereidt klanten voor op de realiteit van tegenslagen en helpt hen om hier constructief mee om te gaan. Door klanten te leren omgaan met mislukkingen en terugvalmomenten te normaliseren, blijven ze gemotiveerd om hun doelen na te streven, zelfs wanneer het eventegenzit.
- **Leren van fouten:** In plaats van fouten te zien als eindpunten, worden ze gezien als leermogelijkheden. Een mindset coach helpt klanten om hun fouten te analyseren en hiervan te leren. Dit maakt hen sterker en veerkrachtiger, zodat ze elke tegenslag beter aankunnen.

HOGERE PRESTATIES EN BETERE RESULTATEN

Mensen met een positieve mindset bereiken vaak hogere prestaties en betere resultaten omdat ze niet worden tegengehouden door zelfopgelegde beperkingen.

In de context van gezondheid en welzijn betekent dit dat ze meer uit hun training halen, meer geneigd zijn om consistent te zijn en minder snel opgeven bij uitdagingen.

- **Verhoging van kwaliteit en intensiteit van training:** Met een positieve mindset zijn klanten eerder bereid om zich volledig in te zetten en zichzelf uit te dagen in hun trainingen. Ze zullen eerder geneigd zijn om hun grenzen te verleggen, wat leidt tot een groter fysiek resultaat en betere prestaties.
- **Consistentie in gezonde gewoontes:** Een positieve mindset zorgt ervoor dat gezonde gewoontes gemakkelijker vol te houden zijn. Klanten met een growth mindset begrijpen dat verandering tijd kost en blijven investeren in hun welzijn, ook als het moeilijk wordt. Dit leidt op de lange termijn tot betere fysieke en mentale resultaten.

EFFECTEN VAN EEN POSITIEVE MINDSET OP COACHINGRESULTATEN

Een positieve mindset heeft aantoonbare effecten op coachingresultaten, zowel op het gebied van motivatie, prestaties als doorzettingsvermogen:

- **Motivatie op de lange termijn**

- Mensen met een positieve mindset blijven langer gemotiveerd omdat ze hun inspanningen waarderen en niet alleen het eindresultaat.
- Ze zien elke stap, hoe klein ook, als onderdeel van hun groei. Dit maakt het gemakkelijker om gemotiveerd te blijven, zelfs bij obstakels of terugvallen.
- Het helpt hen om de voordelen van hun harde werk te zien, wat hen aanmoedigt om door te gaan.

- **Hogere prestaties**

- Klanten met een groeimindset en een positief zelfbeeld zullen over het algemeen hogere prestaties bereiken.
- Ze zijn bereid om zichzelf uit te dagen en gaan vaker buiten hun comfortzone om te groeien en te verbeteren.
- Dit geldt niet alleen voor fysieke prestaties, zoals kracht of snelheid, maar ook voor mentale veerkracht en het vermogen om nieuwe gewoontes vol te houden.

- **Doorzettingsvermogen en veerkracht**

- Doorzettingsvermogen is essentieel voor duurzame gedragsverandering.
- Een positieve mindset zorgt ervoor dat klanten niet opgeven wanneer het moeilijk wordt.
- Doorzettingsvermogen ontstaat wanneer mensen leren dat tegenslagen en mislukkingen geen eindpunten zijn, maar waardevolle momenten voor groei en verbetering.
- Deze veerkracht vormt de basis voor blijvende, succesvolle gedragsverandering.

PRAKTISCHE TECHNIEKEN IN MINDSET COACHING

Om de mindset van klanten effectief te verbeteren, maakt een mindset coach gebruik van verschillende technieken:

- **Cognitieve herstructurering**

- Door klanten te leren om negatieve gedachten te herkennen en om te zetten in positieve, versterkende gedachten, kunnen ze hun eigen obstakels overwinnen. Een voorbeeld hiervan is het herformuleren van "Ik kan dit niet" naar "Ik kan dit proberen en leren."

- **Visualisatie en doelen stellen**

- Visualisatie van succes en het stellen van haalbare, kortetermijndoelen versterken de motivatie en bouwen zelfvertrouwen op. Door doelen te stellen die klein en specifiek zijn, bouwt de klant vertrouwen op en wordt de angst voor falen verminderd.

- **Reflectie en succes vieren**

- Reflectie op eerdere successen, hoe klein ook, helpt om een positieve mindset te ontwikkelen en zelfvertrouwen op te bouwen. Door klanten aan te moedigen om successen te vieren, ontwikkelen ze het vermogen om positieve momenten te herkennen en deze als motivatie te gebruiken.

- **Gedragsankers creëren**

- Gedragsankers helpen klanten om negatieve denkpatronen te doorbreken. Door bewust ankers te creëren, zoals een korte ademhalingsoefening voor moeilijke momenten of een positieve affirmatie in de ochtend, wordt een positieve mindset versterkt en worden negatieve gedachten snel omgezet.

MINDSET ALS BASIS VOOR DUURZAME GEZONDHEID EN WELZIJN

Mindset coaching gaat verder dan het opbouwen van motivatie; het legt de basis voor een duurzaam en gezond leven. Door klanten te helpen hun mindset te transformeren, geven Health Coaches hen de tools om niet alleen hun fysieke doelen te behalen, maar ook hun mentale welzijn te verbeteren.

Een positieve mindset is de sleutel tot een levenslange, gezonde leefstijl en maakt klanten weerbaar, optimistisch en zelfverzekerd in hun vermogen om gezonde keuzes te blijven maken.

Met de kracht van mindset coaching kunnen klanten hun volledige potentieel ontdekken en een gezonde leefstijl ontwikkelen die niet alleen resultaten oplevert, maar ook blijvende voldoening en welzijn brengt.

VASTE VS. GROEIMINDSET

De concepten van vaste en groeimindset zijn populair gemaakt door psychologe Carol Dweck, die liet zien hoe onze overtuigingen over onze capaciteiten ons gedrag, prestaties en algehele succes kunnen beïnvloeden.

Mensen met een vaste mindset geloven dat hun vaardigheden en intelligentie vastliggen en onveranderlijk zijn, terwijl mensen met een groeimindset geloven dat deze kwaliteiten ontwikkeld kunnen worden door inspanning, doorzettingsvermogen en leren.

Deze mindset-keuze bepaalt niet alleen hoe iemand omgaat met uitdagingen, maar ook hoe diegene zich ontwikkelt en reageert op succes of tegenslag.

VASTE MINDSET

Mensen met een vaste mindset geloven dat hun talenten, vaardigheden en intelligentie vanaf de geboorte vaststaan.

Ze zien hun capaciteiten als iets dat aangeboren is en niet significant verbeterd kan worden door inspanning of oefening.

Dit geloof kan leiden tot gedrag dat prestaties belemmert, omdat mensen met een vaste mindset zich voornamelijk richten op het vermijden van situaties waarin ze falen kunnen ervaren.

Kenmerken van een vaste mindset

Een vaste mindset beïnvloedt de manier waarop iemand denkt over en reageert op verschillende situaties. Enkele belangrijke kenmerken zijn:

Vermijden van Uitdagingen

- Mensen met een vaste mindset gaan uitdagingen uit de weg omdat ze risico's zien als bedreigingen voor hun zelfbeeld. Ze kiezen liever voor bekende situaties waarin ze kunnen "slagen" zonder hun capaciteiten te testen. Hierdoor blijven ze in hun comfortzone en missen ze kansen om nieuwe vaardigheden te ontwikkelen en te groeien.
- Voorbeeld: Iemand met een vaste mindset zal eerder geneigd zijn om niet deel te nemen aan een nieuwe, uitdagende sport of activiteit uit angst om te falen.

VASTE MINDSET

Snel opgeven bij tegenslag

- Een vaste mindset kan ervoor zorgen dat iemand snel opgeeft bij de eerste tekenen van tegenslag, omdat ze dit zien als een teken dat ze niet in staat zijn om de taak te volbrengen. In plaats van door te zetten, trekken ze zich terug om confrontatie met hun beperkingen te vermijden.
- Voorbeeld: Wanneer iemand met een vaste mindset faalt bij een eerste poging om een gezondheidsdoel te bereiken, zoals een week gezond eten volhouden, is diegene eerder geneigd om te stoppen in plaats van een nieuwe poging te doen.

Falen wordt gezien als bevestiging van onvermogen

- Falen wordt door mensen met een vaste mindset vaak geïnterpreteerd als een definitieve bevestiging van hun onvermogen. Ze denken dat fouten bewijzen dat ze niet goed genoeg zijn, wat leidt tot gevoelens van onzekerheid en zelftwijfel.
- Voorbeeld: Iemand met een vaste mindset die een fout maakt tijdens een presentatie, kan dit zien als bewijs dat hij of zij "niet goed in presenteren is" en daardoor in de toekomst zulke situaties zal vermijden.

Kritiek wordt persoonlijk opgevat

- Mensen met een vaste mindset hebben vaak moeite met het ontvangen van kritiek, omdat ze dit zien als een aanval op hun persoonlijkheid in plaats van als constructieve feedback. Hierdoor leren ze minder van hun fouten en zijn ze minder bereid om aan hun zwakke punten te werken.
- Voorbeeld: Bij feedback van een coach over hun houding tijdens een oefening kunnen ze zich defensief opstellen en zich onzeker voelen in plaats van de feedback te gebruiken om hun techniek te verbeteren.

VASTE MINDSET

Het succes van anderen wordt als bedreiging gezien

- In plaats van geïnspireerd te raken door het succes van anderen, zien mensen met een vaste mindset dit vaak als een bedreiging. Ze voelen zich snel minderwaardig in vergelijking met anderen en vermijden vaak situaties waarin ze anderen zouden kunnen zien excelleren.
- Voorbeeld: Iemand met een vaste mindset kan zich ontmoedigd voelen wanneer ze een vriend succesvol een marathon zien lopen en het gevoel hebben dat ze daar zelf niet toe in staat zijn.

Effecten van een vaste mindset

Een vaste mindset beperkt de mogelijkheid tot persoonlijke groei en verbetering. Door uitdagingen en risico's te vermijden, blijven mensen met een vaste mindset vastzitten in oude patronen en worden ze minder veerkrachtig bij tegenslagen. Deze houding kan op de lange termijn leiden tot stagnatie en zelfs frustratie, omdat ze geen vooruitgang boeken in hun doelen en zichzelf niet toestaan om te leren van hun ervaringen.

GROEIMINDSET

Mensen met een groeimindset geloven daarentegen dat hun capaciteiten ontwikkeld kunnen worden door inspanning, oefening en doorzettingsvermogen. Ze zien uitdagingen als kansen om te groeien en zijn bereid om hard te werken om nieuwe vaardigheden te ontwikkelen. Mensen met een groeimindset omarmen fouten en mislukkingen als leermomenten en blijven gemotiveerd om hun doelen te bereiken, zelfs wanneer ze tegen obstakels aanlopen.

Kenmerken van een groeimindset

Een groeimindset leidt tot een open houding en een constante bereidheid om te leren. Enkele belangrijke kenmerken zijn:

Uitdagingen worden verwacht en verwelkomd

- Mensen met een groeimindset zoeken uitdagingen op, omdat ze weten dat groei plaatsvindt buiten de comfortzone. Ze zien uitdagingen niet als obstakels, maar als leermogelijkheden die hen helpen om sterker te worden en nieuwe vaardigheden te ontwikkelen.
- Voorbeeld: Iemand met een groeimindset zal sneller een nieuwe sport of activiteit proberen, zelfs als ze nog geen ervaring hebben, omdat ze het willen leren en groeien.

Doorzetten bij tegenslag en zoeken naar oplossingen

- In plaats van op te geven, blijven mensen met een groeimindset gemotiveerd, zelfs bij tegenslag. Ze zijn bereid om obstakels te overwinnen door hard te werken, creatieve oplossingen te zoeken, en uit hun fouten te leren.
- Voorbeeld: Wanneer iemand met een groeimindset een moeilijke fitnessdoelstelling niet haalt, zal diegene analyseren wat er misging en nieuwe strategieën uitproberen in plaats van de poging helemaal op te geven.

GROEIMINDSET

Falen wordt gezien als een tijdelijke fase en een leermoment

- Mensen met een groeimindset zien falen als een natuurlijk onderdeel van het leerproces. Ze begrijpen dat succes niet zonder fouten komt en gebruiken deze fouten als leermomenten om hun vaardigheden verder te ontwikkelen.
- Voorbeeld: Een klant met een groeimindset die niet in een keer een nieuw voedingsschema kan volhouden, zal zichzelf geen mislukking vinden, maar in plaats daarvan manieren zoeken om het schema geleidelijk aan te passen.

Kritiek wordt gezien als waardevolle feedback

- Mensen met een groeimindset staan open voor kritiek en feedback omdat ze dit zien als een kans om te leren en zich te verbeteren. Ze waarderen constructieve kritiek en gebruiken deze informatie om hun prestaties te verfijnen.
- Voorbeeld: Wanneer een coach opbouwende kritiek geeft op hun techniek, zijn ze bereid om eraan te werken en hun uitvoering te verbeteren.

Het succes van anderen wordt gevierd en gezien als Inspiratie

- Mensen met een groeimindset raken geïnspireerd door het succes van anderen en zien het als bewijs dat zij zelf ook kunnen verbeteren. In plaats van jaloezie of ontmoedigd te raken, gebruiken ze het succes van anderen als motivatie om zelf te groeien.
- Voorbeeld: Iemand met een groeimindset die ziet dat een vriend succesvol een marathon heeft voltooid, zal eerder gemotiveerd raken om zelf meer te trainen dan om ontmoedigd te raken.

Effecten van een groeimindset

Een groeimindset bevordert veerkracht, doorzettingsvermogen en het vermogen om te leren van fouten. Deze positieve houding helpt mensen om uitdagingen te omarmen en obstakels te zien als kansen om sterker en slimmer te worden. Op de lange termijn leidt een groeimindset tot hogere prestaties, meer tevredenheid en een groter zelfvertrouwen.

VASTE VS GROEIMINDSET BIJ GEZONDHEID EN WELZIJN

In gezondheid en welzijn is het verschil tussen een vaste en een groeimindset vaak doorslaggevend voor succes. Een vaste mindset kan ervoor zorgen dat klanten zich laten beperken door faalangst en zelftwijfel, waardoor ze minder gemotiveerd zijn om veranderingen door te voeren. Ze kunnen bijvoorbeeld denken dat ze "gewoon niet sportief" zijn, en zullen minder snel proberen om hun fitnessdoelen te bereiken.

Met een groeimindset daarentegen, zijn klanten geneigd om gezondheidsuitdagingen te benaderen als mogelijkheden om nieuwe gewoontes aan te leren en hun fysieke en mentale capaciteiten te verbeteren. Ze zullen sneller geneigd zijn om te blijven proberen en aan te passen bij tegenslagen, waardoor de kans groter is dat ze hun gezondheidsdoelen op lange termijn bereiken en behouden.

MINDSET TRANSFORMATIE: VAN VASTE NAAR GROEIMINDSET

Mindset coaching richt zich op het helpen van klanten om hun vaste mindset om te buigen naar een groeimindset. Dit wordt gedaan door klanten bewust te maken van hun beperkende overtuigingen, hen te leren om positief te denken over hun eigen vermogen om te veranderen, en hen te helpen om uitdagingen aan te gaan. Door een groeimindset te ontwikkelen, kunnen klanten hun volledige potentieel bereiken en een leven lang werken aan hun gezondheid, welzijn en persoonlijke ontwikkeling.

Door deze transformatie aan te moedigen, kunnen Health Coaches hun klanten helpen om blijvende veranderingen te realiseren en hun doelen met een nieuwe, positieve houding tegemoet te treden.

HET TRANSTHEORETISCH MODEL VAN GEDRAGSVERANDERING

Gedragsverandering is een complex en geleidelijk proces dat tijd, inspanning en geduld vereist. Het Transtheoretisch Model van Gedragsverandering (TTM), ontwikkeld door James Prochaska en Carlo DiClemente, biedt een duidelijk kader om de verschillende stadia van gedragsverandering te begrijpen.

Het model helpt coaches en begeleiders om te identificeren waar hun klant zich bevindt in het proces, zodat zij passende ondersteuning kunnen bieden op elk moment. Het TTM deelt gedragsverandering op in zes fasen, die variëren van gebrek aan bewustzijn tot het volhouden van nieuwe gewoonten.

DE ZES FASEN VAN GEDRAGSVERANDERING EN DE ROL VAN DE COACH

Elke fase in het TTM vereist een andere benadering en strategie van de coach om effectief in te spelen op de specifieke behoeften en uitdagingen van de klant.

1. VOORBESCHOUWING (PRECONTEMPLATIE)

In de voorbeschouwingsfase is de klant zich niet bewust van de noodzaak tot verandering en heeft hij of zij geen intentie om het gedrag aan te passen. Ze zien vaak geen probleem in hun huidige gewoonten of gedrag en denken er niet over na om iets te veranderen, bijvoorbeeld om gezonder te eten, meer te bewegen of te stoppen met roken. Het is mogelijk dat ze zich verzetten tegen suggesties om hun gedrag te veranderen of dat ze de voordelen ervan niet inzien.

- **Rol van de coach:** In deze fase is het belangrijk om bewustwording te creëren zonder te oordelen of te dwingen. Geduld en empathie zijn cruciaal, omdat weerstand en onwetendheid vaak samengaan in deze fase. De coach kan kennis en informatie delen over de voordelen van gezonde veranderingen en vragen stellen om de klant aan het denken te zetten.
- **Strategieën:**
 - Gebruik open vragen om bewustwording te stimuleren, bijvoorbeeld: "Wat denk je dat de voordelen zouden zijn van regelmatige lichaamsbeweging?"
 - Deel eenvoudige, begrijpelijke informatie over gezondheid en welzijn die aansluit bij de huidige situatie van de klant, zodat ze op een laagdrempelige manier nieuwe inzichten opdoen.
 - Vermijd druk en wees empathisch, zodat de klant zich niet beoordeeld voelt en open blijft staan voor nieuwe informatie.

2.OVERWEGING (CONTEMPLATIE)

In de overwegingsfase begint de klant na te denken over gedragsverandering, maar heeft hij of zij nog geen actie ondernomen. De klant weegt de voor- en nadelen af en voelt soms de wens om te veranderen, maar twijfelt nog over de benodigde inspanning en de haalbaarheid. Dit is vaak een fase van innerlijke conflicten, waarin klanten zich afvragen of het wel de moeite waard is om hun huidige gewoonten te veranderen.

- **Rol van de coach:** In deze fase is het aanmoedigen van zelfreflectie en motivatie essentieel. De coach helpt de klant om de voordelen van verandering te overwegen en eventuele angsten en twijfels te bespreken. Door te focussen op de positieve gevolgen van gedragsverandering en haalbare doelen te identificeren, kan de coach de klant helpen om een positieve mindset te ontwikkelen en actie te overwegen.
- **Strategieën:**
 - Gebruik motiverende gespreksvoering om de klant te helpen bij het verkennen van zijn/haar ambities en angsten. Vraag bijvoorbeeld: "Wat zou je graag willen bereiken op het gebied van gezondheid en welzijn?"
 - Moedig de klant aan om na te denken over persoonlijke voordelen, zoals meer energie of een betere nachtrust.
 - Stel samen met de klant kleine, haalbare doelen die hen voorbereiden op toekomstige stappen.

3.VOORBEREIDING (PREPARATIE)

In de voorbereidingsfase heeft de klant besloten om actie te ondernemen en begint hij/zij plannen te maken. De klant is bereid om verandering aan te brengen en maakt concrete plannen, zoals het opstellen van een voedingsschema, het zoeken naar een sportschool, of het inplannen van regelmatige wandelingen. Vaak worden in deze fase de eerste kleine stappen gezet richting gedragsverandering.

- **Rol van de coach:** De coach ondersteunt de klant bij het maken van een gedetailleerd actieplan en zorgt ervoor dat de doelen haalbaar en SMART zijn (Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch, Tijdsgebonden). De coach helpt bij het identificeren van mogelijke obstakels en het ontwikkelen van strategieën om deze te overwinnen. Het belangrijkste in deze fase is het creëren van vertrouwen en het bouwen van een basis voor de daadwerkelijke gedragsverandering.
- **Strategieën:**
 - Werk samen met de klant aan een concreet actieplan met haalbare, SMART-doelen. Bijvoorbeeld: "Ik zal drie keer per week twintig minuten wandelen."
 - Identificeer mogelijke obstakels en ontwikkel copingstrategieën. Vraag bijvoorbeeld: "Wat zou je doen als je geen tijd hebt om te sporten?"
 - Moedig de klant aan om een ondersteunend netwerk te creëren, zoals familieleden of vrienden die hen kunnen aanmoedigen.

4.ACTIE (ACTIEFASE)

In de actiefase voert de klant daadwerkelijk de gedragsverandering uit en zet hij of zij zich in om nieuwe gewoonten op te bouwen. Dit is een intensieve fase waarin de klant bewuste keuzes maakt en gedragingen herhaaldelijk uitvoert om een nieuwe routine te ontwikkelen, zoals regelmatig sporten, gezond eten of stoppen met roken. De klant is gemotiveerd, maar wordt mogelijk geconfronteerd met uitdagingen zoals tijdgebrek, verleiding, of twijfel aan het eigen kunnen.

- **Rol van de coach:** In deze fase biedt de coach positieve feedback, aanmoediging en praktische ondersteuning. De coach helpt om nieuwe gewoonten te versterken door regelmatige successen te vieren, inzicht te geven in progressie en eventuele obstakels samen op te lossen. Het belangrijkste in deze fase is om het momentum vast te houden en de klant te motiveren om vol te houden.
- **Strategieën:**
 - Bied regelmatige positieve feedback en benadruk de vooruitgang. Moedig de klant aan om te reflecteren op wat goed gaat.
 - Help de klant om oplossingen te vinden voor uitdagingen en herinner hen eraan dat obstakels normaal zijn. Gebruik bijvoorbeeld de vraag: "Hoe kun je je schema aanpassen als je een drukke week hebt?"
 - Moedig de klant aan om kleine successen te vieren, zoals het volhouden van een week gezond eten of het behalen van een trainingsdoel.

5.BEHOUD (MAINTENANCE)

In de behoudfase heeft de klant de gedragsverandering geïntegreerd in zijn/haar dagelijkse leven en is het nieuwe gedrag een gewoonte geworden. Hoewel de klant gewend raakt aan de nieuwe levensstijl, blijft er altijd een risico op terugval. Om blijvende verandering te realiseren, moet de klant aandacht blijven besteden aan zijn/haar nieuwe gewoonten en bewust blijven omgaan met mogelijke verleidingen en stressvolle situaties.

- **Rol van de coach:** In deze fase blijft de coach betrokken en biedt voortdurende ondersteuning om de klant te helpen de verandering vast te houden. Dit kan door regelmatig de voortgang te monitoren, de klant te herinneren aan zijn/haar successen, en aan te moedigen om zich voor te bereiden op mogelijke terugvallen. De coach helpt ook bij het opbouwen van zelfvertrouwen zodat de klant zich empowered voelt om deze levensstijl op lange termijn te behouden.
- **Strategieën:**
 - Moedig de klant aan om hun nieuwe gewoonten actief te onderhouden door realistische doelen te blijven stellen en hun successen te vieren.
 - Bespreek strategieën om te anticiperen op moeilijke situaties. Vraag bijvoorbeeld: "Hoe blijf je gemotiveerd tijdens vakantieperiodes?"
 - Blijf regelmatig contact houden om steun te bieden en de klant te helpen bij het herkennen en omgaan met mogelijke terugvallen.

6. TERUGVAL (RELAPSE)

Terugval is een veelvoorkomend onderdeel van gedragsverandering en betekent dat de klant (tijdelijk) terugvalt in oude gewoonten. Het hervallen in oude patronen kan ontmoedigend zijn, maar het is belangrijk om terugval te zien als een normaal en leerzaam onderdeel van het veranderingsproces. Een terugval betekent niet dat de klant faalt; het biedt juist de kans om te leren van de ervaringen en opnieuw te evalueren wat goed ging en wat beter kan.

- **Rol van de coach:** De coach speelt een cruciale rol door terugval niet als mislukking te bestempelen, maar als een leermoment. Door empathie en begrip te tonen, kan de coach de klant helpen om de oorzaken van de terugval te analyseren en nieuwe strategieën te ontwikkelen om in de toekomst met soortgelijke situaties om te gaan. Het doel is om de klant te ondersteunen bij het herstellen van vertrouwen en de motivatie om opnieuw te proberen.
- **Strategieën:**
 - Help de klant om de terugval objectief te analyseren en te begrijpen wat er gebeurde. Vraag bijvoorbeeld: "Wat denk je dat er deze keer anders was?"
 - Bied praktische steun door samen een plan te maken om opnieuw de voorbereidings- of actiefase in te gaan.
 - Herinner de klant eraan dat terugval normaal is en geen falen betekent. Dit kan helpen om zelfvertrouwen te herstellen en de motivatie te versterken om opnieuw te beginnen.

CONCLUSIE

Het Transtheoretisch Model van Gedragsverandering is een waardevol hulpmiddel voor Health Coaches om de voortgang van hun klanten te begrijpen en hen te ondersteunen bij elke stap van het veranderingsproces. Door het herkennen van de fase waarin een klant zich bevindt, kan de coach gerichte en effectieve ondersteuning bieden die aansluit bij hun specifieke behoeften en uitdagingen.

Dit maakt het mogelijk om gedragsverandering duurzaam te maken, zodat klanten hun doelen bereiken en op lange termijn behouden.

STRATEGIEËN VOOR HET CULTIVEREN VAN EEN POSITIEVE MINDSET

Het ontwikkelen van een positieve mindset is een cruciale stap in gedragsverandering en vereist actieve inspanning, zowel van de coach als van de klant.

Een positieve mindset helpt klanten om obstakels te overwinnen, door te zetten bij tegenslag, en zich te richten op hun doelen. Hieronder volgen enkele krachtige strategieën die coaches kunnen gebruiken om hun klanten te helpen hun mindset te versterken en beperkende gedachten te doorbreken.

ZELFREFLECTIE EN BEWUSTWORDING

Zelfreflectie is een essentiële eerste stap in het ontwikkelen van een positieve mindset. Het helpt klanten inzicht te krijgen in hun diepgewortelde overtuigingen en gedragspatronen. Door stil te staan bij hun eigen gedachten, kunnen ze ontdekken welke overtuigingen hen belemmeren en welke hen ondersteunen.

Doel van Zelfreflectie

Zelfreflectie moedigt klanten aan om bewust stil te staan bij hun gedachten en overtuigingen. Door deze gedachten te onderzoeken, ontdekken ze vaak negatieve denkpatronen die hen weerhouden van succes. Zelfreflectie kan ook helpen om positieve eigenschappen en krachtbronnen te erkennen.

Vragen voor Zelfreflectie

Door deze vragen te stellen, kan een coach de klant helpen om beperkende overtuigingen te identificeren en deze om te zetten naar ondersteunende gedachten:

- Wat zijn je diepgewortelde overtuigingen over je capaciteiten?
- Welke gedachten houden je tegen om actie te ondernemen?
- Hoe ga je om met tegenslagen?
- Wanneer voelde je je in het verleden het meest succesvol en waarom?

Praktische oefening

Vraag de klant om een dagelijks reflectiemoment in te plannen, waarin ze bijvoorbeeld in een dagboek schrijven over hun gedachten en emoties. Dit helpt hen om patronen te herkennen en meer grip te krijgen op hun mindset.

Door regelmatige zelfreflectie ontwikkelt de klant een dieper inzicht in hun eigen gedrag, waardoor ze met meer zelfbewustzijn en veerkracht kunnen handelen.

VISUALISATIE VAN SUCCES

Visualisatie is een krachtige techniek waarbij klanten zich voorstellen hoe hun leven eruitziet nadat ze hun doelen hebben bereikt. Door zich mentaal te verplaatsen naar een moment van succes, versterken ze hun motivatie en het vertrouwen dat ze hun doelen daadwerkelijk kunnen bereiken.

Doel van visualisatie

Visualisatie helpt klanten om een helder beeld te vormen van hun doelen en hoe het voelt om deze te bereiken. Dit verhoogt hun motivatie en bereidheid om door te zetten bij uitdagingen. Visualisatie werkt ook stressverlagend en helpt klanten om obstakels kalmer en effectiever te benaderen.

Oefening

Vraag je klant om een rustig moment te vinden en hun ogen te sluiten. Stel vragen om hen te helpen een gedetailleerd beeld te vormen, zoals:

- Hoe ziet je leven eruit nadat je je doelen hebt bereikt?
- Hoe voel je je fysiek en mentaal op dat moment?
- Welke activiteiten en gewoonten horen bij deze nieuwe versie van jezelf?
- Laat de klant deze ervaring zo gedetailleerd mogelijk beschrijven en geef ze de opdracht om dit beeld dagelijks kort op te roepen.

Tip voor coaches

Moedig klanten aan om dit visualisatieproces regelmatig te herhalen, bijvoorbeeld iedere ochtend of voor een belangrijke beslissing. Door deze routine helpt visualisatie om zich dagelijks te verbinden met hun doelen en de bijbehorende positieve gevoelens.

DAGELIJKSE POSITIEVE AFFIRMATIES

Positieve affirmaties zijn krachtige uitspraken die klanten helpen om negatieve gedachten om te buigen naar positieve, versterkende gedachten. Door affirmaties te herhalen, kunnen klanten hun geest herprogrammeren om zich te focussen op mogelijkheden in plaats van beperkingen.

Doel van affirmaties

Affirmaties helpen bij het opbouwen van een positieve mindset door oude, beperkende overtuigingen te vervangen met nieuwe, ondersteunende overtuigingen. Regelmatig herhaalde affirmaties beïnvloeden het onderbewustzijn en helpen klanten om vertrouwen op te bouwen en hun focus te behouden.

Voorbeelden van affirmaties

- "Ik ben in staat om mijn gezondheid te verbeteren."
- "Elke dag kom ik dichterbij mijn doelen."
- "Obstakels zijn een kans om te groeien."
- "Ik heb de kracht om door te zetten, ongeacht de uitdagingen."

Praktische toepassing

Moedig klanten aan om een paar affirmaties te kiezen die specifiek passen bij hun doelen en uitdagingen. Laat hen deze affirmaties dagelijks herhalen, bij voorkeur 's ochtends of 's avonds. Ze kunnen deze uitspraken hardop zeggen, in een dagboek schrijven of zelfs als notitie op hun telefoon bewaren om ze gedurende de dag te zien.

Tip voor coaches

Zorg ervoor dat de affirmaties authentiek en geloofwaardig zijn voor de klant. Als een affirmatie niet goed voelt, kun je samen met de klant op zoek gaan naar een uitspraak die wel geloofwaardig en krachtig voor hen is.

HET AANPAKKEN VAN BELEMMERENDE OVERTUIGINGEN

Een van de grootste obstakels bij gedragsverandering zijn belemmerende overtuigingen – de overtuigingen die klanten tegenhouden om stappen te zetten. Dit zijn vaak diepgewortelde gedachten zoals “Ik ben niet goed in sporten” of “Gezond eten is niet voor mij weggelegd.” Door deze overtuigingen aan te pakken, kan de coach klanten helpen om nieuwe, ondersteunende gedachten te ontwikkelen die hun groei en succes bevorderen.

Doel van het aanpakken van belemmerende overtuigingen

Het doel is om klanten te helpen hun belemmerende overtuigingen te identificeren en te vervangen door ondersteunende overtuigingen die hen helpen hun doelen te bereiken.

Oefening

- **Stap 1:** Vraag de klant om belemmerende overtuigingen op te schrijven die hen tegenhouden. Dit kan variëren van gedachten zoals “Ik ben te druk voor sport” tot “Ik heb geen doorzettingsvermogen.”
- **Stap 2:** Help de klant om deze overtuigingen te herformuleren naar positieve, opbouwende overtuigingen. Bijvoorbeeld:
 - Belemmerende overtuiging: “Ik ben niet goed in sporten.”
 - Nieuwe overtuiging: “Ik leer elke dag iets nieuws en word steeds beter in sporten.”
 - Belemmerende overtuiging: “Gezond eten is te moeilijk.”
 - Nieuwe overtuiging: “Ik ontdek iedere dag hoe gezond eten me sterker maakt.”
- **Stap 3:** Moedig de klant aan om deze nieuwe overtuigingen regelmatig te herhalen en te internaliseren, zodat ze steeds meer gaan geloven in hun eigen kracht en mogelijkheden.

Tip voor coaches

Ga geduldig en empathisch te werk bij het aanpakken van belemmerende overtuigingen. Deze gedachten kunnen diepgeworteld zijn en het veranderen ervan kost tijd. Herinner de klant eraan dat kleine stappen ook vooruitgang zijn.

DOELEN STELLEN MET DE SMART-METHODE

Specifieke en haalbare doelen stellen helpt klanten om zich te concentreren op de stappen die nodig zijn voor verandering. De SMART-methode is een bewezen strategie die helpt bij het stellen van doelen die specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdsgebonden zijn. Dit biedt niet alleen structuur, maar verhoogt ook de motivatie door duidelijkheid en focus te creëren.

Doel van SMART doelen

Het stellen van SMART-doelen helpt klanten om hun doelen in overzichtelijke en haalbare stappen te verdelen. Dit vergroot hun gevoel van controle en helpt hen om consistent vooruitgang te boeken.

Voorbeeld SMART doelstelling

- **Specifiek:** Ik wil drie keer per week twintig minuten wandelen om mijn conditie te verbeteren.
- **Meetbaar:** Ik kan bijhouden hoeveel dagen per week ik wandel en hoe lang ik dit volhoud.
- **Acceptabel:** Ik voel me goed bij dit doel en weet dat het realistisch is binnen mijn schema.
- **Realistisch:** Twintig minuten wandelen is haalbaar en past in mijn dagelijkse planning.
- **Tijdsgebonden:** Ik wil deze routine de komende maand volhouden en daarna evalueren.

Praktische toepassing

Werk samen met de klant om hun doelen te formuleren op een manier die voldoet aan de SMART-criteria. Dit geeft structuur en richting aan hun inspanningen en maakt het eenvoudiger om succes te meten en vieren.

Tip voor coaches

Herinner de klant eraan dat doelen flexibel mogen zijn en aangepast kunnen worden als omstandigheden veranderen. Door de doelen regelmatig te evalueren, kan de klant leren om zichzelf aan te passen zonder het einddoel uit het oog te verliezen.

SUCCESSEN VIEREN EN REFLECTEREN

Het vieren van succes, hoe klein ook, speelt een belangrijke rol in het versterken van een positieve mindset. Door successen te erkennen, bouwt de klant zelfvertrouwen op en wordt het makkelijker om door te zetten bij tegenslagen.

Doel van succes vieren

Successen vieren helpt om positieve associaties te creëren met de nieuwe gewoonten en gedragsveranderingen. Dit verhoogt de motivatie en versterkt de focus op de voortgang in plaats van op de tekortkomingen.

Praktische toepassing

- Moedig de klant aan om dagelijks of wekelijks stil te staan bij hun prestaties. Dit kan door middel van een dagboek, een korte meditatie, of zelfs door te praten over hun successen met vrienden of familie.
- Voor kleine successen kan een klant zichzelf belonen, zoals met een gezellige activiteit of een korte pauze om te genieten van hun vooruitgang.
- Herinner klanten eraan dat ook kleine stappen en doorzettingsvermogen een groot verschil maken.

Tip voor coaches

Zorg dat je als coach aanwezig blijft om de successen van de klant op te merken en te vieren, hoe klein ze ook lijken. Dit versterkt het vertrouwen van de klant en helpt om de positieve mindset op de lange termijn vast te houden.

Door middel van deze strategieën kunnen coaches klanten helpen om een positieve, veerkrachtige mindset te ontwikkelen. Dit draagt bij aan hun doorzettingsvermogen, motivatie en zelfvertrouwen, zodat ze niet alleen hun gezondheidsdoelen bereiken, maar ook mentaal sterker en flexibeler worden in hun dagelijkse leven.

HET INTAKEGESPREK

Het intakegesprek is een cruciale eerste stap in het coachingsproces en vormt de basis voor een succesvolle samenwerking. Dit gesprek geeft de coach de kans om een diepgaand inzicht te krijgen in de doelen, motivatie, gezondheidsstatus en leefstijl van de klant.

Een goede intake stelt de coach in staat om het coachingstraject nauwkeurig af te stemmen op de behoeften en verwachtingen van de klant. Hierdoor voelen klanten zich gehoord, begrepen en gesteund vanaf het begin, wat bijdraagt aan hun motivatie en betrokkenheid bij het traject.

BELANGRIJKE ONDERDELEN VAN HET INTAKEGESPREK

Een grondige intake is opgebouwd uit verschillende elementen die samen een compleet beeld geven van de klant. Hieronder volgen de belangrijkste onderdelen:

ALGEMENE INFORMATIE

Het verzamelen van basisinformatie helpt om de context en dagelijkse realiteit van de klant te begrijpen. Dit onderdeel omvat basisgegevens zoals:

- **Persoonlijke gegevens:** Leeftijd, geslacht en eventuele gezinsverantwoordelijkheden.
- **Beroep en werkdruk:** Het beroep van de klant geeft inzicht in hun dagelijkse routine, werkomgeving en eventuele stressfactoren. Beroepen met een hoge fysieke belasting vragen mogelijk om een andere aanpak dan een zittend beroep, en inzicht in werkdruk helpt om haalbare doelen te stellen.
- **Dagelijkse gewoonten en routines:** Bijvoorbeeld: hoe ziet een typische dag van de klant eruit? Hoe lang zitten ze, staan ze of bewegen ze door de dag heen?

Een gedetailleerd beeld van de leefomstandigheden helpt om praktische en haalbare aanpassingen te vinden die aansluiten bij de realiteit van de klant.

DOELEN EN MOTIVATIE

Een van de meest cruciale onderdelen van de intake is het vaststellen van de doelen en motivatie van de klant. Dit geeft richting aan het coachingstraject en helpt de coach om de ondersteuning af te stemmen op de wensen van de klant. Het ontdekken van de "waarom" achter de doelen van de klant is belangrijk om een sterk fundament van motivatie te creëren.

Stel specifieke vragen

Vraag naar de redenen achter de doelen om dieper te graven in de motivatie. Voorbeelden van vragen:

- Waarom wil je afvallen?
- Wat motiveert je om gezonder te worden?
- Welke voordelen hoop je te ervaren door aan je gezondheid te werken?

Identificeer intrinsieke en extrinsieke motivatie

Het verschil tussen intrinsieke motivatie (gedreven door persoonlijke waarde en voldoening) en extrinsieke motivatie (gedreven door externe factoren zoals uiterlijk of sociale druk) helpt om de juiste strategieën te kiezen. Intrinsieke motivatie leidt vaak tot duurzamere veranderingen.

Voorbeelden van motieven kunnen zijn

- Gezondheidsverbetering om medische risico's te verkleinen.
- Meer energie en vitaliteit voor dagelijkse activiteiten.
- Een specifiek doel, zoals het lopen van een marathon of het verbeteren van sportprestaties.

Door concrete doelen en motivatie te bespreken, ontstaat een duidelijk beeld van de wensen en drijfveren van de klant, wat de betrokkenheid bij het traject vergroot.

GEZONDHEIDSHISTORIE

De gezondheidshistorie van de klant biedt inzicht in de fysieke beperkingen, medische voorgeschiedenis en eventuele voorzorgsmaatregelen die moeten worden genomen. Dit helpt om blessures te voorkomen en veilige trainingskeuzes te maken.

Gebruik van een PAR-Q

Een Physical Activity Readiness Questionnaire (PAR-Q) is een standaard vragenlijst die helpt om te bepalen of er medische redenen zijn om voorzichtig te zijn met fysieke activiteit. Vragen kunnen bijvoorbeeld gaan over hartklachten, gewrichtsproblemen, en kortademigheid. Een positief antwoord op een van de PAR-Q-vragen kan betekenen dat verdere medische goedkeuring nodig is voordat er een intensief programma wordt gestart.

Blessures en medische aandoeningen

Vraag de klant of er recente of eerdere blessures, medische aandoeningen of operaties zijn geweest die van invloed kunnen zijn op hun bewegingsmogelijkheden en welzijn. Voorbeelden van medische aandoeningen die invloed kunnen hebben op het coachingstraject zijn:

- Rugklachten of gewrichtsproblemen die mogelijk aangepaste oefeningen vereisen.
- Chronische aandoeningen zoals diabetes, die invloed hebben op energie en voeding.
- Allergieën of voedingsrestricties die het voedingsadvies beïnvloeden.

Medische goedkeuring indien nodig

Wanneer er medische beperkingen zijn of als de PAR-Q een risico aangeeft, is het belangrijk om contact op te nemen met een arts of specialist voor goedkeuring en advies. Dit zorgt voor de veiligheid en gezondheid van de klant.

LEEFSTIJLANALYSE

Een grondige analyse van de leefstijl van de klant biedt inzicht in de dagelijkse routines, gewoonten en uitdagingen. Door de huidige leefstijl in kaart te brengen, kan de coach praktische aanpassingen en haalbare stappen voorstellen.

Eetgewoonten

Bespreek het huidige voedingspatroon van de klant, inclusief frequentie van maaltijden, portiegrootte en het soort voedsel dat ze doorgaans eten. Vraag ook naar eetmomenten die de klant moeilijk vindt, zoals snacks in de avond.

- Vragen: Hoe ziet een typische dag eruit qua voeding? Zijn er momenten waarop je de neiging hebt om te snoepen?

Slaappatronen

Slaap is essentieel voor herstel en algeheel welzijn. Vraag de klant naar de duur en kwaliteit van hun slaap. Gebrek aan slaap kan van invloed zijn op energieniveaus en motivatie.

- Vragen: Hoeveel uur slaap krijg je per nacht? Heb je moeite met inslapen of doorslapen?

Stressniveaus

Chronische stress heeft een grote impact op fysieke en mentale gezondheid. Het is nuttig om te weten wat de belangrijkste stressfactoren van de klant zijn en hoe ze hier momenteel mee omgaan.

- Vragen: Hoe ervaar je stress in je dagelijks leven? Welke methoden gebruik je om met stress om te gaan?

LEEFSTIJLANALYSE

Fysieke activiteiten

Bespreek hoe actief de klant is in hun dagelijkse leven, of ze sporten en hoe vaak ze bewegen. Deze informatie helpt bij het ontwikkelen van een aangepast plan dat rekening houdt met hun huidige conditie en ervaring.

- Vragen: Hoeveel beweging krijg je momenteel? Doe je aan een bepaalde sport of activiteit?

Door deze leefstijlanalyse krijg je als coach inzicht in de praktische belemmeringen en mogelijkheden, waardoor je haalbare en ondersteunende adviezen kunt geven.

HET STELLEN VAN SMART-DOELEN

Doelen zijn het fundament van een succesvol coachingstraject, omdat ze richting en motivatie bieden. Goede doelstellingen moeten SMART zijn – dat wil zeggen Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdsgebonden. Door SMART-doelen te stellen, kunnen coaches en klanten duidelijke en haalbare stappen zetten die bijdragen aan een duurzaam resultaat.

Specifiek

Een doel moet duidelijk en specifiek zijn, zodat de klant precies weet wat hij of zij wil bereiken.

- Voorbeeld: In plaats van “Ik wil afvallen” is een specifiek doel “Ik wil 5 kg afvallen door drie keer per week te sporten en mijn calorie-inname te verlagen.”

Meetbaar

Het doel moet meetbaar zijn, zodat je de voortgang kunt volgen en weet wanneer het doel bereikt is.

- Voorbeeld: Het meten van gewichtsverlies, het bijhouden van het aantal keren dat de klant per week sport, of het aantal calorieën dat ze innemen.

Acceptabel

Het doel moet door de klant als haalbaar en motiverend worden ervaren. Dit betekent dat de klant zich kan vinden in de inspanning die nodig is om het doel te bereiken.

- Voorbeeld: Bespreek met de klant of het haalbaar voelt om drie keer per week te sporten, gezien hun agenda en energie.

HET STELLEN VAN SMART-DOELEN

Realistisch

Het doel moet realistisch en binnen de mogelijkheden van de klant liggen. Door rekening te houden met hun huidige situatie, vermijd je doelen die te ambitieus zijn en demotiverend werken.

- Voorbeeld: Als de klant momenteel nauwelijks sport, is het wellicht realistischer om te beginnen met twee keer per week sporten in plaats van meteen naar vijf keer per week te streven.

Tijdsgebonden

Een doel moet een tijdsframe hebben, zodat er een duidelijke einddatum is en de klant gemotiveerd blijft. Dit voorkomt uitstelgedrag en geeft structuur.

- Voorbeeld: In plaats van "Ik wil 5 kg afvallen," stel je: "Ik wil binnen drie maanden 5 kg afvallen."

Voorbeeld van een SMART-doel

"Ik wil 5 kg afvallen in drie maanden door drie keer per week te sporten en mijn dagelijkse calorie-inname met 500 kcal te verminderen."

- **Specifiek:** Het doel is om 5 kg af te vallen.
- **Meetbaar:** Het gewichtsverlies is meetbaar in kg en er is een specifiek caloriedoel.
- **Acceptabel:** De klant is gemotiveerd en voelt zich in staat om dit doel te bereiken.
- **Realistisch:** Gezien het huidige activiteitsniveau en dieet van de klant, is dit doel haalbaar.
- **Tijdsgebonden:** Het doel moet binnen drie maanden bereikt worden.

Waarom SMART-doelen effectief zijn

Het stellen van SMART-doelen biedt structuur en maakt het coachingstraject concreet en haalbaar. Wanneer een klant begrijpt wat er nodig is en duidelijk kan zien hoe hij of zij progressie boekt, verhoogt dit de motivatie en het zelfvertrouwen. Bovendien zijn SMART-doelen flexibeler; als de situatie verandert, kunnen de doelen worden aangepast zonder de motivatie te verliezen.

HET INTAKEGESPREK

Het intakegesprek is niet alleen de eerste stap, maar vormt ook de basis voor de hele coachingrelatie. Door zorgvuldig aandacht te besteden aan de doelen, motivatie, gezondheid en leefstijl van de klant, kan een coach een traject creëren dat nauw aansluit op de behoeften en wensen van de klant.

Een goed begin zorgt voor een sterkere vertrouwensband, duidelijke verwachtingen en een effectieve, doelgerichte aanpak die de kans op succes aanzienlijk vergroot.

SCREENING EN ASSESSMENT

Na de intake is het belangrijk om een grondige screening en assessment uit te voeren om de fysieke capaciteiten, beperkingen en mogelijkheden van de klant te evalueren. Een fitness assessment geeft een compleet beeld van het huidige niveau van de klant en vormt de basis voor het opstellen van een gepersonaliseerd en veilig trainingsprogramma.

Door verschillende aspecten van hun fysieke gesteldheid te meten, kun je specifieke aandachtspunten identificeren en de klant gericht helpen om hun doelen te bereiken.

LICHAAMSSAMENSTELLING

De lichaamssamenstelling geeft waardevolle informatie over het percentage vet, spiermassa en andere componenten van het lichaam. Deze metingen helpen om de fysieke toestand van de klant te begrijpen en om de vooruitgang bij te houden. Belangrijke aspecten die kunnen worden gemeten zijn:

- **Gewicht en Lengte:** Basisgegevens die worden gebruikt om de Body Mass Index (BMI) te berekenen. BMI geeft een eerste indicatie van de verhouding tussen lengte en gewicht, maar houdt geen rekening met spiermassa.
 - **Belang:** Hoewel BMI een indicatie geeft, is het niet altijd representatief voor gezondheid. Bij gespierde klanten kan de BMI hoger zijn zonder dat dit wijst op overgewicht.
- **Vetpercentage:** Het meten van het vetpercentage biedt een nauwkeuriger inzicht in de lichaamssamenstelling dan BMI. Vetpercentages kunnen worden gemeten met huidplooimeters, bio-elektrische impedantie (BIA), of meer geavanceerde methoden zoals DXA-scans.
 - **Belang:** Een hoog vetpercentage kan wijzen op een verhoogd risico op gezondheidsproblemen zoals hart- en vaatziekten en diabetes. Het meten van het vetpercentage helpt ook om veranderingen in lichaamsvet tijdens het programma te volgen.

LICHAAMSSAMENSTELLING

- **Spiermassa:** Het meten van spiermassa biedt inzicht in de krachtcapaciteit en het metabolisme van de klant. Spiermassa kan worden berekend met BIA of andere methoden.
 - **Belang:** Spiermassa is essentieel voor een gezond metabolisme en mobiliteit, en is een belangrijke factor bij gewichtsbeheer en fysieke prestaties.
- **Lichaamsvetverdeling:** Let op de vetverdeling, zoals buikvet, dat een verhoogd gezondheidsrisico kan vormen.
 - **Belang:** Visceraal vet (rondom de buik) verhoogt het risico op gezondheidsproblemen en kan een doel zijn bij gewichtsverlies.

Praktische toepassing

Door de lichaamssamenstelling te meten, kan de coach een beter inzicht krijgen in de fysieke conditie van de klant. Dit helpt bij het bepalen van haalbare doelen en het ontwikkelen van een evenwichtig trainings- en voedingsplan dat past bij de behoeften van de klant.

MOBILITEIT EN FLEXIBILITEIT

Mobiliteit en flexibiliteit zijn essentieel voor het veilig en effectief uitvoeren van oefeningen. Beperkte mobiliteit of stijfheid kan het bewegingsbereik beperken en het risico op blessures verhogen. Het beoordelen van deze aspecten helpt om eventuele beperkingen in kaart te brengen die invloed kunnen hebben op het trainingsprogramma.

Mobiliteitsbeoordeling

Mobiliteit verwijst naar het vermogen van een gewricht om in zijn volledige bewegingsbereik te bewegen. Belangrijke gewrichten om te beoordelen zijn de schouders, heupen, knieën, en enkels. Veelvoorkomende tests voor mobiliteit zijn de overhead squat en heupflexie- en extensietests.

- **Belang:** Beperkte mobiliteit in een gewricht kan leiden tot compensaties in andere lichaamsdelen, wat de kans op blessures vergroot.

Flexibiliteitstesten

Flexibiliteit verwijst naar de lengte van de spieren rondom een gewricht en hun vermogen om te verlengen. Een bekende test is de sit-and-reach test, die de flexibiliteit van de hamstrings en de lage rug meet. Andere testen, zoals schouderflexibiliteit en heupflexibiliteit, kunnen ook nuttig zijn.

- **Belang:** Gebrek aan flexibiliteit kan de bewegingsvrijheid beperken en prestaties verminderen. Het verbeteren van flexibiliteit kan helpen om de houding te verbeteren en bewegingsbeperkingen te verminderen.

Praktische toepassing

Door de mobiliteit en flexibiliteit van de klant te testen, kan de coach gerichte mobiliteitsoefeningen en stretches opnemen in het programma. Dit helpt om bewegingsbeperkingen te verminderen, de techniek te verbeteren en het risico op blessures te verkleinen. Het plan kan zich bijvoorbeeld richten op het verbeteren van de heupmobiliteit voor iemand die stijfheid ervaart bij squats.

KRACHT- EN CONDITIETESTEN

Het beoordelen van kracht en conditie helpt om de fysieke capaciteiten van de klant vast te stellen en hun startniveau te bepalen. Deze metingen geven inzicht in de functionele kracht, stabiliteit en uithoudingsvermogen van de klant.

Krachttesten

Kracht kan worden gemeten met basisoefeningen zoals squats, push-ups, lunges en planken. Deze oefeningen testen de kracht en stabiliteit van belangrijke spiergroepen zoals de benen, core, en bovenlichaam.

- **Belang:** Krachttesten helpen bij het identificeren van sterke en zwakke punten. Bijvoorbeeld, als de klant zwak is in de core, kan dit de stabiliteit beïnvloeden en het risico op blessures verhogen tijdens meer complexe bewegingen.

Conditietesten

Conditietesten meten het spieruithoudingsvermogen en geven een indicatie van hoe goed de klant herhaalde inspanningen kan volhouden. Een veelgebruikte test is bijvoorbeeld de push-up test, waarbij wordt gemeten hoeveel herhalingen de klant kan uitvoeren in een bepaalde tijd.

- **Belang:** Conditie is essentieel voor dagelijkse activiteiten en een goede trainingsprogressie. Het identificeren van zwakke spiergroepen helpt bij het opstellen van een gebalanceerd programma.

Praktische toepassing

Kracht- en conditietesten geven de coach een goed beeld van het huidige fitnessniveau van de klant en maken het mogelijk om trainingsdoelen te stellen. Een klant die moeite heeft met push-ups kan bijvoorbeeld beginnen met knie-push-ups en geleidelijk opbouwen.

CARDIOVASculaire CONDITIE

De cardiovasculaire conditie van de klant geeft inzicht in de gezondheid van hun hart en longen en bepaalt hun uithoudingsvermogen bij aerobe inspanningen. Dit aspect is belangrijk voor het algehele welzijn en helpt om een passende cardiovasculaire trainingsintensiteit te kiezen.

Looptest (zoals de Coopertest of 6-minuten-walk test)

De Coopertest meet hoe ver de klant kan lopen of rennen in 12 minuten, terwijl de 6-minuten-walk test meet hoeveel afstand iemand kan afleggen in 6 minuten op een comfortabele intensiteit. Deze tests geven inzicht in het aerobe uithoudingsvermogen.

- **Belang:** Deze test biedt een goed uitgangspunt voor klanten met verschillende fitnessniveaus en helpt om de effectiviteit van aerobe training te monitoren.

Fietstest (zoals de astrand-fietstest)

Bij deze test fietst de klant gedurende een bepaalde tijd tegen een bepaalde weerstand. De hartslag wordt gemeten om de cardiovasculaire capaciteit en het maximale zuurstofverbruik (VO₂max) te schatten.

- **Belang:** Fietstesten zijn minder belastend voor de gewrichten en kunnen geschikt zijn voor klanten die niet kunnen rennen vanwege gewrichtsproblemen.

Traploop- of step-test

Bij deze test wordt het aantal keren gemeten dat de klant in een bepaalde tijd een trap of step op en af kan gaan.

- **Belang:** Deze test meet zowel de cardiovasculaire conditie als het spieruithoudingsvermogen van de benen, en is geschikt voor klanten die een minder intensieve cardiotest nodig hebben.

Praktische toepassing

Het vaststellen van de cardiovasculaire conditie helpt om het startniveau van de klant te bepalen en trainingssessies hierop aan te passen. Voor een klant met een lage conditie kan het programma beginnen met lichte cardiotraining, zoals wandelen of fietsen, om het uithoudingsvermogen geleidelijk op te bouwen.

POSTURALE ANALYSE

Een posturale analyse is essentieel om de houding en spierbalans van de klant te beoordelen. Dit omvat zowel statische als dynamische analyses om eventuele afwijkingen in de houding te identificeren, zoals afwijkingen in de wervelkolom, scheefstand van de schouders of bekken, en spierdisbalansen.

Statische houding

Evalueer de houding van de klant terwijl ze stil staan. Let op afwijkingen zoals:

- **Rug:** Hyperlordose (overmatige kromming in de onderrug) of kyfose (ronde bovenrug).
- **Schouders:** Hangende of asymmetrische schouders.
- **Bekken:** Voorover of achterover gekanteld bekken.
- **Knieën en enkels:** O-benen of X-benen en asymmetrische stand van de voeten.

Dynamische analyse

Beoordeel de houding tijdens bewegingen, zoals squats, lunges en heupbuigingen. Dit helpt om disbalansen te identificeren die niet zichtbaar zijn in de statische houding.

- **Belang:** Tijdens bewegingen kunnen spierdisbalansen duidelijker worden, bijvoorbeeld als de klant een knie naar binnen laat vallen tijdens een squat, wat kan wijzen op zwakke heupspieren.

Common compensaties

Let op veelvoorkomende compensaties, zoals een voorovergebogen rug bij een squat, het omhoogtrekken van de schouders bij duwen of trekken, en instabiliteit van de enkels.

- **Belang:** Compensaties zijn vaak een teken van zwakke of te strakke spieren. Door deze te corrigeren, kan de klant veiliger en efficiënter trainen.

Praktische toepassing

Een posturale analyse helpt om de oorzaak van bepaalde klachten of beperkingen te begrijpen en trainingsaanpassingen te maken die de houding verbeteren. Voor een klant met een voorovergekanteld bekken kunnen core-versterking en heupstretches een belangrijke rol spelen in hun trainingsprogramma.

STAPPENPLAN BODYWEIGHT SQUAT ASSESSMENT

1. Voorbereiding

- Vraag de klant om hun schoenen uit te doen voor betere observatie van voetpositie en balans.
- Laat ze op heupbreedte staan met de voeten recht vooruit.
- Vraag om een natuurlijke squatbeweging te maken zonder correctie, zodat je hun normale bewegingspatroon kunt zien.

2. Vooraanzicht observatie

- **Kniepositie:** Kijk of de knieën naar binnen vallen (valgus) of naar buiten draaien (varus) tijdens de squat. Dit kan wijzen op zwakte in de heupen of core.
- **Voetpositie:** Let op of de voeten recht blijven of naar buiten draaien. Voeten die draaien, kunnen wijzen op beperkingen in enkelmobiliteit of heupzwakte.
- **Gewichtverdeling:** Controleer of het gewicht gelijkmatig verdeeld is tussen de voeten. Als één voet meer gewicht draagt, kan dat wijzen op eenzijdige zwaktes.

3. Zijaanzicht observatie

- **Rugpositie:** Let op de onderrug voor overmatige kromming (hyperlordose) of bolvorming (kyfose) tijdens de squat. Een overmatige kromming kan wijzen op strakke heupbuigers of zwakke core.
- **Romp vooroverbuiging:** Kijk of de romp overdreven naar voren buigt. Dit kan wijzen op strakke hamstrings, beperkte enkelmobiliteit, of zwakte in de core.
- **Heup- en kniebeweging:** Observeer of de knieën voorbij de tenen komen en hoe diep de heupen zakken. Een beperkte diepte kan wijzen op mobiliteitsbeperkingen.

STAPPENPLAN BODYWEIGHT SQUAT ASSESSMENT

4. Achteraanzicht observatie

- **Heupen:** Let op eventuele asymmetrie in de heupen, zoals één heup die hoger blijft of draait. Dit kan wijzen op spierdisbalans of beperkte heupmobiliteit.
- **Bekkenstand:** Kijk of het bekken tijdens de squat naar één kant helt of kantelt, wat kan wijzen op core-zwakke of heupdisbalans.
- **Enkelpositie:** Observeer de enkels en controleer of er overmatige pronatie (binnenwaartse draaiing) of supinatie (buitenwaartse draaiing) plaatsvindt tijdens de beweging.

5. Feedback en aanpassing

- Noteer opvallende bewegingen of compensaties in elk perspectief.
- Bespreek met de klant wat je hebt waargenomen en stel gerichte oefeningen voor om zwakke punten of mobiliteitsbeperkingen aan te pakken.

Conclusie

Screening en assessment vormen de basis voor een gepersonaliseerd en effectief trainingsprogramma.

Door de lichaamssamenstelling, mobiliteit, kracht, conditie, cardiovasculaire gezondheid en houding van de klant te beoordelen, krijgt de coach een compleet beeld van de huidige fysieke conditie en de specifieke aandachtspunten.

Deze inzichten maken het mogelijk om een veilig, op maat gemaakt programma te creëren dat is afgestemd op de mogelijkheden en doelen van de klant.

STRATEGIEËN VOOR SUCCESVOLLE COACHING

Als Health Coach speel je een sleutelrol in het ondersteunen en begeleiden van klanten, niet alleen op fysiek vlak maar ook mentaal.

Naast het delen van kennis over training en voeding, is het aan jou om de mentale veerkracht van je klanten te versterken en hen door uitdagende momenten te loodsen.

Hieronder staan enkele belangrijke strategieën die jou helpen om je klanten op lange termijn succesvol te maken en gedragsverandering duurzaam te verankeren.

DE KRACHT VAN POSITIEVE BEKRACHTIGING

Positieve bekrachtiging is een krachtige tool in coaching die de motivatie en het zelfvertrouwen van je klanten aanzienlijk kan versterken.

Mensen hebben behoefte aan erkenning, waardering en bevestiging. Door hen regelmatig positieve feedback te geven en kleine overwinningen te vieren, help je hen om hun zelfvertrouwen te vergroten en hun motivatie hoog te houden.

DE KRACHT VAN POSITIEVE BEKRACHTIGING

Belang van kleine overwinningen

Gedragsverandering kan soms overweldigend aanvoelen, vooral als de doelen groot en langdurig zijn. Door zelfs kleine stappen en overwinningen te erkennen – zoals een week consistent trainen, een gezondere maaltijdkeuze, of volhouden in een uitdagende situatie – voelt de klant zich gezien en gewaardeerd. Deze momenten versterken de overtuiging dat ze in staat zijn om hun doelen te bereiken.

Regelmatige feedbackmomenten

Plan vaste feedbackmomenten in om de vooruitgang van de klant te bespreken en positieve feedback te geven. Dit kan in de vorm van een wekelijks bericht, een korte evaluatie na een sessie, of een oppepper wanneer ze een doel bereiken. Focus tijdens deze momenten niet alleen op prestaties, maar ook op het proces – benadruk bijvoorbeeld doorzettingsvermogen, toewijding en veerkracht.

Concrete voorbeelden van positieve bekrachtiging

- “Ik ben trots op je dat je deze week drie keer hebt kunnen sporten, ondanks je drukke schema.”
- “Je hebt zo goed doorgezet bij die uitdagende oefening. Dat toont aan dat je sterker wordt, zowel fysiek als mentaal!”
- “Ik zie dat je steeds gezondere keuzes maakt. Dit bewijst dat je grote stappen zet richting een gezondere levensstijl.”

Door regelmatig positieve feedback te geven, help je klanten om hun vooruitgang te waarderen en het vertrouwen op te bouwen dat ze nodig hebben om hun doelen te bereiken.

LANGDURIGE ONDERSTEUNING BIEDEN

Gedragsverandering is een proces dat tijd en geduld vraagt. Het is belangrijk om consistent en beschikbaar te blijven voor je klanten, zodat ze weten dat ze altijd op je kunnen rekenen. Door structurele en langdurige ondersteuning te bieden, versterk je hun veerkracht en motivatie en help je hen om gedragsverandering op de lange termijn vol te houden.

Regelmatige evaluaties en voortgangsgesprekken

Plan maandelijkse of driemaandelijkse evaluaties om de voortgang te bespreken en bij te sturen waar nodig. Tijdens deze sessies kun je bespreken wat goed gaat, welke obstakels de klant tegenkomt, en hoe deze kunnen worden aangepakt. Stel vragen zoals:

- “Wat zijn je grootste successen van de afgelopen maand?”
- “Waar ben je tegenaan gelopen en hoe kunnen we dit verbeteren?”
- “Welke doelen wil je de komende maand bereiken?”

Aanmoediging bij tegenslagen

Gedurende het proces zullen klanten tegenslagen tegenkomen. Het is belangrijk om in deze momenten aan hun zijde te staan en hen aan te moedigen om door te gaan. Laat hen weten dat tegenslagen normaal zijn en deel indien nodig persoonlijke ervaringen of anekdotes die hen motiveren.

Flexibiliteit en aanpassing

Soms kan een klant door veranderingen in hun leven of gezondheid hun oorspronkelijke doelen niet volgen. Wees flexibel en bereid om doelen aan te passen aan de veranderde situatie van de klant. Het aanbieden van alternatieve strategieën of oefeningen kan hen helpen om gemotiveerd te blijven, zelfs als hun oorspronkelijke doelen tijdelijk onhaalbaar zijn.

LANGDURIGE ONDERSTEUNING BIEDEN

Voorbeeld van een ondersteuningstrategie

- Bied aan om wekelijks een kort berichtje te sturen met een positieve boodschap of herinnering aan hun doelen. Dit kan hen een extra steuntje in de rug geven en het gevoel dat je betrokken blijft bij hun voortgang.
- Plan indien mogelijk groepssessies of workshops voor meerdere klanten, zodat ze elkaar kunnen ontmoeten en steunen. Deze gemeenschap kan motiverend werken en creëert een veilige omgeving waarin ze ervaringen kunnen delen.

Langdurige en consistente ondersteuning laat klanten voelen dat ze niet alleen zijn in hun traject en dat ze op je kunnen rekenen, wat hun motivatie en doorzettingsvermogen versterkt.

TERUGVAL ALS LEERMOMENT ZIEN

Terugval is een natuurlijk onderdeel van gedragsverandering en hoeft geen einde van het proces te betekenen. Het is belangrijk om klanten te helpen begrijpen dat terugval normaal is en zelfs een kans biedt om te leren en sterker terug te komen. Door terugval als leermoment te zien, creëer je een klimaat waarin klanten zich vrij voelen om fouten te maken en ervan te leren, in plaats van ontmoedigd te raken.

Normaliseren van terugval

Leg uit dat terugval niet alleen normaal is, maar ook een waardevol leermoment kan zijn. Terugval komt voor bij de meeste mensen die bezig zijn met gedragsverandering. Door het te normaliseren, help je klanten om zich minder schuldig of gefrustreerd te voelen, waardoor ze de motivatie behouden om opnieuw te beginnen.

Analyse van de oorzaak

Wanneer een klant een terugval ervaart, is het nuttig om samen te analyseren wat de oorzaak ervan was. Dit kan helpen om patronen te herkennen en toekomstige terugvallen te voorkomen. Bespreek vragen zoals:

- “Wat denk je dat er gebeurde waardoor je terugviel?”
- “Zijn er specifieke situaties of emoties die je tegenkwam en die je keuze beïnvloedden?”
- “Hoe kunnen we een plan maken om in de toekomst anders om te gaan met deze situaties?”

TERUGVAL ALS LEERMOMENT ZIEN

Herstellen en nieuwe strategieën ontwikkelen

Gebruik de informatie uit de analyse om nieuwe strategieën te ontwikkelen die de klant helpen om in de toekomst terugval te voorkomen. Bijvoorbeeld:

- Voor een klant die na een stressvolle dag neigt om comfort food te eten, kun je stressmanagementtechnieken introduceren of gezonde snackopties voorstellen die gemakkelijk bereikbaar zijn.
- Voor iemand die moeite heeft met consistent trainen, kan het nuttig zijn om kortere, maar vaker ingeplande workouts te plannen die beter passen in hun agenda.

Positieve mindset bij terugval

Moedig de klant aan om te focussen op wat ze al bereikt hebben in plaats van op de terugval. Herinner hen eraan dat elke stap vooruit, hoe klein ook, waardevol is. Vier dat ze gemotiveerd zijn om opnieuw te proberen, want dat laat hun veerkracht zien.

Voorbeeld van een terugvalstrategie

Als een klant een week lang niet heeft gesport door drukte op het werk, moedig hen dan aan om klein te beginnen, bijvoorbeeld met een korte workout of wandeling. Bespreek hoe ze beweging makkelijker kunnen inpassen, zoals door 10 minuten te bewegen tijdens lunchpauzes of te werken met ochtendroutines.

Door terugval als leermoment te zien, help je klanten om hun veerkracht en zelfinzicht te vergroten. Dit vermindert de kans op ontmoediging en moedigt hen aan om de draad weer op te pakken met nieuwe kennis en inzichten.

PERSOONLIJKE BETROKKENHEID EN EMPATHIE

Als coach is het essentieel om een warme, empathische en betrokken houding aan te nemen. Door oprechte interesse te tonen en empathisch te luisteren, bouw je vertrouwen op en geef je klanten het gevoel dat ze begrepen worden. Dit versterkt de coach-klant relatie en verhoogt de kans op succes.

Luisteren en vragen stellen

Actief luisteren helpt je om de behoeften en uitdagingen van de klant beter te begrijpen. Stel open vragen die de klant aanmoedigen om hun gevoelens en gedachten te delen. Vragen zoals:

- “Wat zijn voor jou de belangrijkste redenen om gezonder te worden?”
- “Hoe ervaar je het traject tot nu toe?”

Aanpassingsvermogen tonen

Niet elke aanpak werkt voor elke klant. Door flexibel te zijn en bereid om de benadering aan te passen, geef je klanten het vertrouwen dat het traject bij hen past en dat ze altijd kunnen terugvallen op een aangepast plan als dat nodig is.

Empathische reacties

Wanneer een klant moeilijkheden of frustraties uitdrukt, reageer empathisch en bied steun in plaats van oordeel. Dit helpt om een veilige omgeving te creëren waarin ze zich vrij voelen om open te zijn.

Voorbeeld van empathie en betrokkenheid

Stel voor om samen met de klant alternatieve strategieën te ontwikkelen als ze zich ontmoedigd voelen door een uitdaging. Bijvoorbeeld: “Ik begrijp dat het moeilijk is om tijd te vinden om te sporten. Laten we samen kijken naar een schema dat past in jouw drukke leven.”

CONSISTENTE STRUCTUUR EN DUIDELIJKE DOELEN

Structuur en duidelijkheid zijn essentieel voor succesvolle coaching. Klanten presteren beter wanneer ze een duidelijk plan hebben dat stap voor stap naar hun doelen leidt. Door structuur aan te bieden en meetbare doelen te stellen, geef je hen het houvast dat nodig is om consistent en doelgericht te werken.

Het stellen van haalbare, korte-termijndoelen

Lange termijn doelen kunnen ontmoedigend aanvoelen, vooral als ze ver in de toekomst liggen. Door het proces op te splitsen in kleinere, haalbare doelen, blijft de klant gemotiveerd en gefocust.

- Voorbeeld: In plaats van te focussen op "10 kg afvallen," stel je een korter doel zoals "1 kg per maand afvallen."

Meetbare voortgang bijhouden

Regelmatige metingen en check-ins helpen klanten om hun progressie te zien, wat hun vertrouwen versterkt en motivatie verhoogt. Bespreek hun vooruitgang regelmatig en benadruk niet alleen fysieke veranderingen, maar ook mentale en gedragsmatige ontwikkelingen.

Duidelijke verwachtingen en plan van aanpak

Zorg ervoor dat klanten weten wat ze kunnen verwachten van het traject. Dit creëert transparantie en voorkomt verrassingen, waardoor ze zich meer ontspannen voelen en gefocust blijven.

Door consistente structuur en duidelijke doelen aan te bieden, geef je klanten de houvast en het vertrouwen dat ze nodig hebben om hun doelen op lange termijn te bereiken.

CONCLUSIE

Succesvolle coaching gaat verder dan enkel technische kennis. Door positieve bekrachtiging, langdurige ondersteuning, een positieve kijk op terugval, persoonlijke betrokkenheid, en consistente structuur te bieden, help je klanten om hun fysieke en mentale doelen te bereiken. Deze strategieën bouwen hun motivatie, zelfvertrouwen en veerkracht op, wat resulteert in een duurzamere en succesvollere gedragsverandering.

OEFENINGEN EN HUISWERK

Zelfreflectie op mindset

Welke overtuigingen heb jij over jezelf en je eigen mogelijkheden? Hoe kun je deze overtuigingen veranderen om meer groei mogelijk te maken?

SMART-doelen stellen

Stel minstens twee SMART-doelen voor jezelf of een klant. Wat zijn de specifieke stappen die nodig zijn om deze doelen te bereiken?

Intakegesprek

Voer een intakegesprek met een klasgenoot of vriend en bespreek hun doelen, gezondheid en motivatie. Maak aantekeningen over wat goed ging en waar je kunt verbeteren in je communicatie.

Fitness assessment

Voer een fitness assessment uit bij een klasgenoot of vriend en analyseer de resultaten. Welke aandachtspunten komen naar voren en hoe zou je het programma daarop aanpassen?

TOT SLOT

Mindset coaching, intake en screening zijn de bouwstenen van elk succesvol coachingstraject. In deze les hebben we besproken hoe je de mentale barrières van je klanten kunt doorbreken en hoe je een solide basis kunt leggen met een gedegen intake en fitness assessment.

Dit alles stelt je in staat om een op maat gemaakt plan te ontwikkelen dat je klanten helpt om hun doelen te bereiken, niet alleen fysiek, maar ook mentaal. Met deze tools ben je nu uitgerust om je klanten op lange termijn te begeleiden naar een gezondere, betere versie van zichzelf.

Voor  **mens**

Reminder: vergeet je opdrachten niet te maken en door te sturen naar dylan@voor-mens.com.

TOT VOLGENDE WEEK!