

Inhalt

1.	Einleitung: „Being in Touch“ mit Online-Coaching	9
2.	Wahrnehmungsfilter und neurobiologische Aspekte:	
	Zu den Unterschieden von Präsenz- und Online-Coaching	13
2.1	Being in Touch – der Mensch als Wirkfaktor im Coaching.....	14
2.2	Emotionen und Muskulatur, unser „Erfolgsorgan“	17
2.3	Räumliches Erleben und die Bedeutung des peripheren Gesichtsfeldes	20
2.4	Die weltweite Zunahme von Kurzsichtigkeit – und die Gegenmaßnahmen	25
2.5	Räumliches Erleben beim Online-Coaching: Open Mind Helper	26
2.6	„Smooth Pursuit Eye Movements (SPEM)“ – Ziele im Blick behalten.....	27
3.	Born to feel good: Was sind NeuroRessourcen?	31
3.1	SC – der „Sitz des Selbst?“ Die NeuroRessource „Colliculus superior“	33
3.2	NeuroRessource „Tastsinn“ – online den Körper berühren.....	42
3.3	„Ich könnte die ganze Welt umarmen!“ Gesten als NeuroRessourcen.....	48
3.4	Eine zuverlässige Resilienz-Quelle: Der „Nervus Vagus“	50
3.5	Neurolinguistik – Sprache wirkt Wunder.....	55
3.6	Best Practice: Besonders wirksame multisensorische Verfahren	60
3.7	Vive la Trance!	66
3.8	NeuroRessource Bewegung	70
3.9	NeuroRessource im „Freien“ sein	71
3.10	NeuroRessourcen: Was sagt die Forschung?	72
3.11	NeuroRessource: Gut informiert sein und der „Placeboeffekt“	74
3.12	Checkliste NeuroRessourcen im Online-Coaching	75
4.	HumanOnline – Coaching-Ziele und die menschliche Verbindung	77
4.1	Ziele setzen: Wie definieren wir einen Coaching-Erfolg?	82
4.2	Die Skala des subjektiven Erlebens.....	84
4.3	Das Coaching-Ziel in Worte fassen – die SMART-Kriterien	86
4.4	Coaching-Kontingenz und Terminpositionierung.....	87
4.5	Verändern durch Verstehen – Carl Rogers ist nach wie vor aktuell.....	87
4.6	Materialien für das Online-Coaching	89
4.7	„Magic Talk“ plus „Magic Walk“ für die Verankerung von Coaching-Ergebnissen	91

5.	Technische Grundlagen und Tipps für das Online-Coaching	93
5.1	Grundlagen	94
5.2	Aufbau einer Videokonferenz	96
5.3	Tools für eine Videokonferenz	99
5.4	Online-Seminarbetrieb	102
5.5	Best of IT-Probleme und Lösungen	105
5.6	Datenschutz im Online-Coaching.....	111
5.7	Fernabsatz-Gesetz im Online-Coaching.....	113
6.	Marketing: Kommunikation und Positionierung von	
	Online-Coachings im Internet	115
6.1	Machen Sie sich sichtbar – im wahrsten Sinne des Wortes	116
6.2	Marketing-Mix	117
6.3	Die „Landing-Page“ – ein Zuhause für Ihre Online-Kunden	119
6.4	Google Adwords und Ranking in Suchmaschinen.....	121
6.5	Social Media: Ein Grashalm wächst nicht schneller, wenn man daran zieht – bleiben Sie authentisch!	122
6.6	Newsletter und Blogs	125
7.	Online-Coaching in der Praxis: Arbeit mit NeuroRessourcen	
	in unterschiedlichen Methoden	127
7.1	Das Zürcher Ressourcen-Modell (ZRM)	129
7.2	wingwave-Coaching	130
7.3	Hypnose.....	137
7.4	Perfect Online Talk – für Einzel- und Gruppencoachings	140
7.5	Virtual Reality Light – Submodalitäten-Arbeit aus dem NLP (Neurolinguistisches Programmieren)	141
7.6	Kognitive Ansätze mit „Humanonline“-Stimmen.....	145
7.7	Magic Words – aus Stress-Wörtern werden Agil-Wörter	149
7.8	Haptische Aufstellungsarbeit online mit dem CoBo (Constellation Board)	154
7.9	Systemisches Coaching mit Spotting-Interventionen	156
7.10	Resilienz-Interventionen.....	159
7.11	Story-Telling und Metaphern-Coaching.....	164
7.12	Klopftechniken	167
7.13	Vagus-Coaching.....	167

8.	Systemisches Coaching online: Teams, Paare, Familien.....	169
9.	Drei Coachingformen: Emotionscoaching, Wissenscoaching und Fähigkeiten-Coaching.....	171
9.1	Emotionscoaching.....	171
9.2	Wissenscoaching.....	171
9.3	Fähigkeiten-Coaching.....	172
10.	Online-Coaching, Selbstcoaching-Prozesse und „Blended Learning“.....	175
10.1	Anker-Interventionen.....	175
10.2	Selbstcoaching mit der wingwave-App.....	175
10.3	Magic Talk für Beliefs, Affirmationen und Coaching-Metaphern.....	176
	Anhang.....	177
11.	Literatur.....	181
12.	Abbildungsverzeichnis.....	187
13.	Alle Informationen über die wingwave-Coaching-Methode – präsent und online.....	189